

**BUKU *LETTERING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
KOMUNITAS SURAKARYA**

**LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna mencapai derajat Sarjana Strata Satu (S-1)  
Progam Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa dan Desain



Oleh:  
**AJUN JEFRIYANTO**  
**NIM. 14151107**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
SURAKARTA  
2020**

**PENGESAHAN  
TUGAS AKHIR KARYA  
BUKU *LETTERING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
KOMUNITAS SURAKARYA**

Oleh:  
**AJUN JEFRIYANTO**  
**NIM. 14151107**

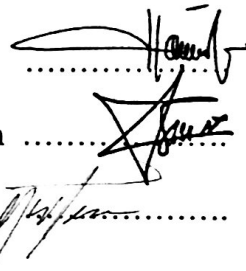
Telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji  
pada tanggal 09 April 2020

**Tim Penguji**

Ketua Penguji : Fitri Murfianti, S.Sos., M.Med.Kom

Penguji Utama : Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn

Pembimbing/Penguji : Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn



Deskripsi karya ini telah diterima sebagai  
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)  
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 29 April 2020

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



**Joko Budiwiyanto, S.Sn., M.A.**

NIP. 197207082003121001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ajun Jefriyanto

NIM : 14151107

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Karya berjudul:

### **BUKU *LETTERING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOMUNITAS SURAKARYA**



Adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surakarta, 29 April 2020

Yang menyatakan,

  
**METERAI  
TEMPEL**  
86940AHF301035500  
**6000**  
ENAM RIBU RUPIAH 

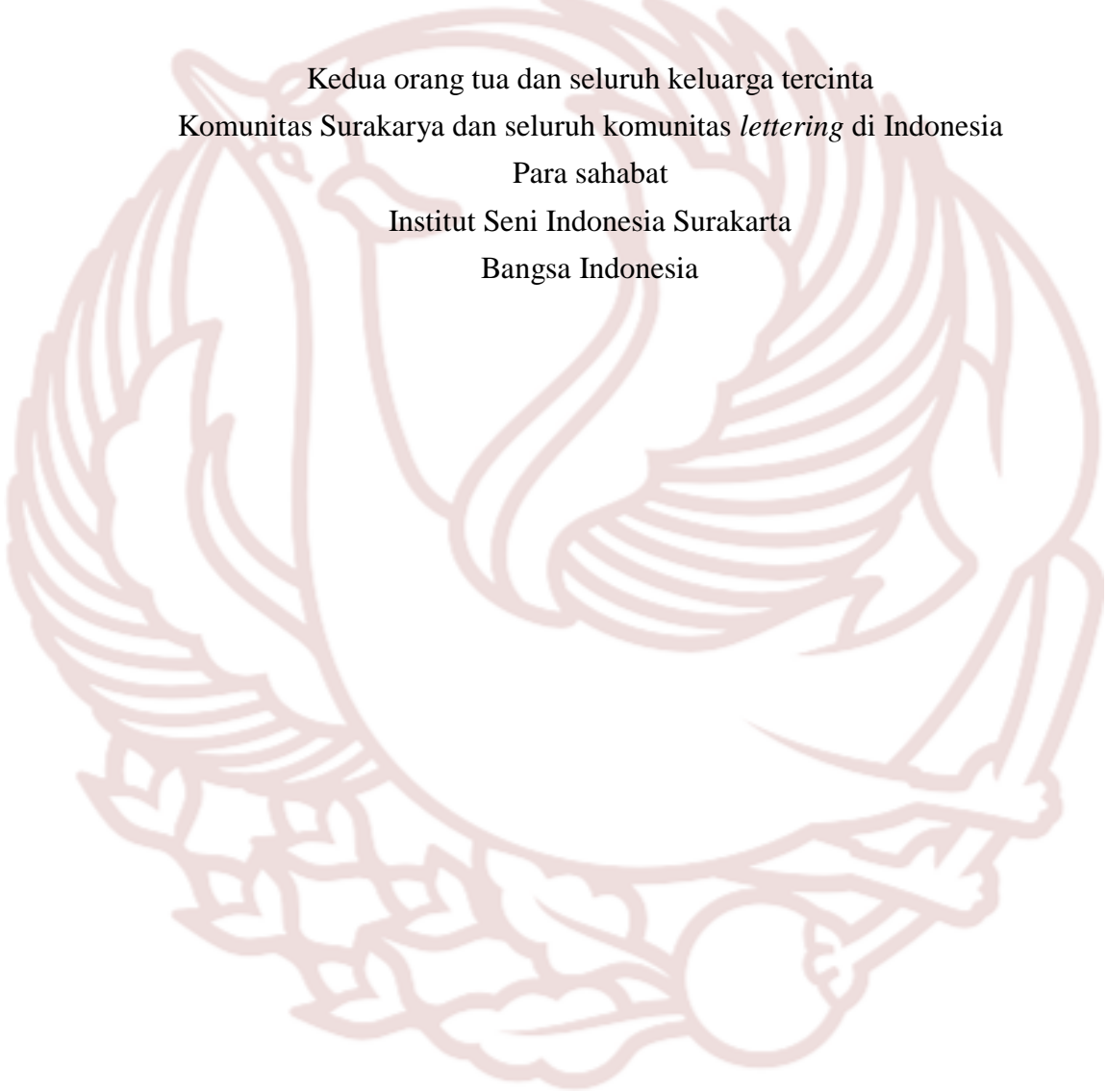
**Ajun Jefriyanto**

NIM. 14151107

## PERSEMBAHAN

Karya tugas akhir ini dipersembahkan kepada:

Kedua orang tua dan seluruh keluarga tercinta  
Komunitas Surakarya dan seluruh komunitas *lettering* di Indonesia  
Para sahabat  
Institut Seni Indonesia Surakarta  
Bangsa Indonesia





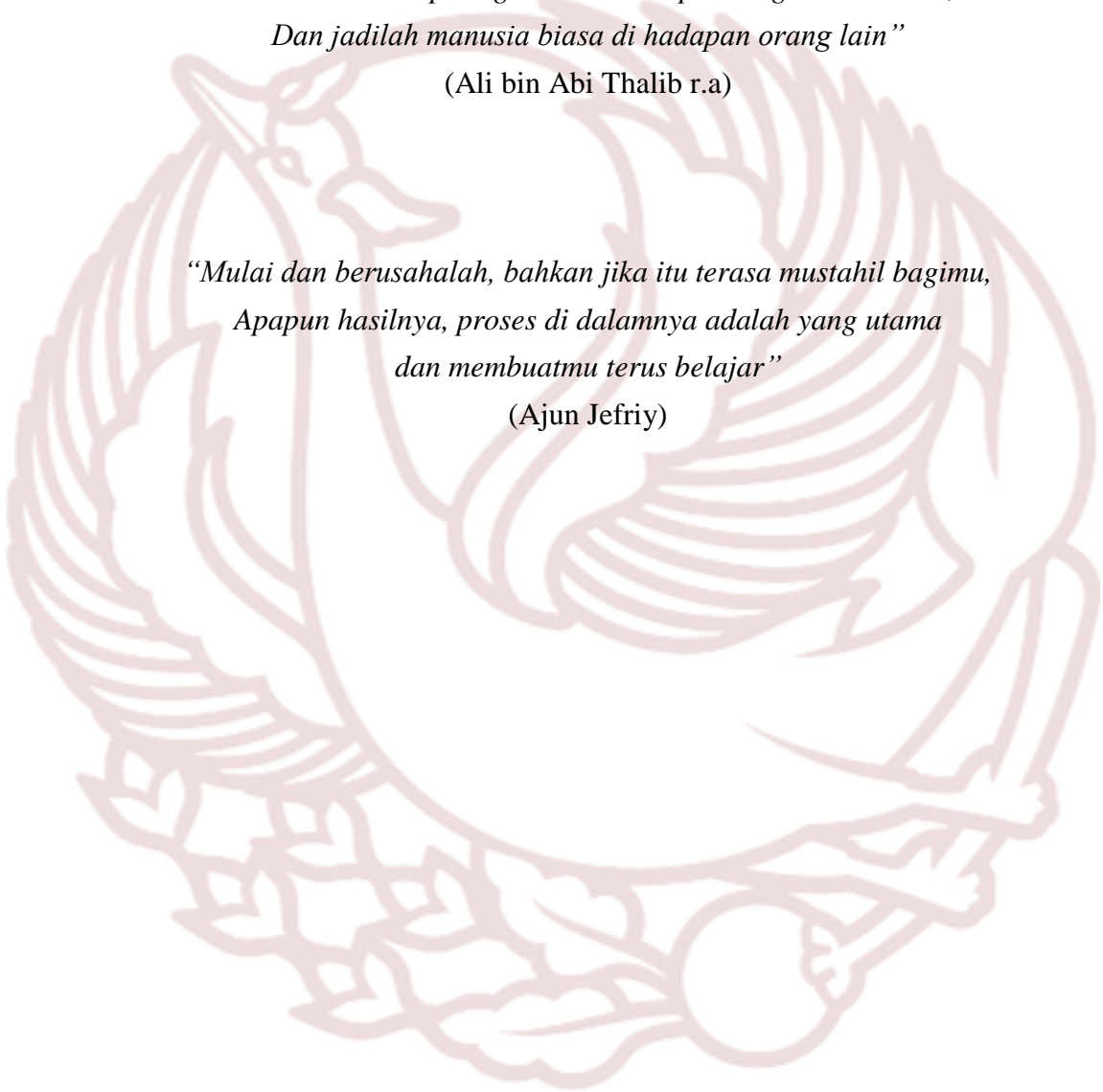
## MOTTO

*“Jadilah manusia paling baik di sisi Allah,  
Jadilah manusia paling buruk dalam pandanganmu sendiri,  
Dan jadilah manusia biasa di hadapan orang lain”*

(Ali bin Abi Thalib r.a)

*“Mulai dan berusahalah, bahkan jika itu terasa mustahil bagimu,  
Apapun hasilnya, proses di dalamnya adalah yang utama  
dan membuatmu terus belajar”*

(Ajun Jefriy)



## ABSTRAK

*Lettering* merupakan seni menulis indah yang telah ada sejak dulu dan berkembang sampai saat ini. Di Indonesia, *lettering* berkembang dengan cukup pesat dan muncul para penggiat dan komunitasnya. Salah satu komunitas *lettering* di Indonesia yang menjadi pioner adalah komunitas Surakarya dari kota Surakarta yang berdiri sejak 31 Oktober 2014 dan memiliki 50 anggota. Meski komunitas Surakarya sudah ada cukup lama dengan berbagai macam kegiatan dan *sharing* ilmu yang dilakukan secara langsung, komunitas ini belum memiliki media visual untuk menyuguhkan informasi mengenai komunitas Surakarya dan ilmu *lettering* dalam wujud fisik. Hal tersebut yang melandasi Perancangan Buku *Lettering* Sebagai Media Promosi Komunitas Surakarya sebagai komunitas *lettering* di kota Surakarta. Metode yang digunakan melalui tahap pengumpulan data primer yang terdiri dari metode observasi dan metode wawancara, pengumpulan data sekunder yang terdiri dari kepustakaan dan dokumentasi, metode analisis SWOT, 5W1H, dilanjutkan dengan metode perancangan desain buku dan media promosi. Hasil perancangan meliputi media utama yaitu buku, dan media pendukung secara *offline* dan *online* untuk memperkuat promosi buku komunitas *lettering* Surakarya antara lain surat kabar, *billboard*, poster, *x-banner*, *stationary*, *website* dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Sedangkan *merchandise* berupa kaos, stiker, gantungan kunci, *art print*, *roll case*, *totebag*, *mini artbook*, *patch*, pin, *sketchbook*, dan pembatas buku. Perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya diharapkan dapat menjadi referensi dan media pembelajaran mengenai seni *lettering* dan menjadi media promosi komunitas Surakarya yang bergerak didalamnya.

**Kata Kunci:** *Lettering*, Komunitas Surakarya, buku *lettering*, media promosi

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *rabbi'l'alamin*, segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya, penyusunan laporan karya dengan judul ***“Buku Lettering Sebagai Media Promosi Komunitas Surakarya”*** ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar, mengingat tugas dan kewajiban lain bersamaan hadir. Tugas akhir ini menjadi tahapan dari segala proses yang saya lewati dalam mempelajari dan menjadi wujud dedikasi di dunia seni *lettering* dan komunitas di dalamnya khususnya komunitas Surakarya. Proses dalam mewujudkan karya ini tidaklah mudah, namun harapan besar dalam memberikan manfaat dan ilmu yang dapat dirasakan bagi para pecinta *lettering* dan komunitasnya adalah tujuan utama diwujudkannya karya ini. Karya ini tidak akan terwujud tanpa dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, sehingga menjadi sebuah motivasi bagi saya untuk secara tulus menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah berkontribusi dalam merancang karya dan membantu kegiatan penelitian guna merealisasikan karya tugas akhir ini.

Terima kasih dan rasa hormat saya sampaikan kepada petinggi Institut Seni Indonesia Surakarta Dr. Drs. Guntur, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta bersama jajarannya. Berkaitan dengan penyusunan laporan Tugas Akhir karya dan perkuliahan saya sampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada Bapak Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn., selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual, ISI Surakarta. Bapak Dr. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn., selaku Pembimbing Akademik. Ucapan terimakasih yang mendalam juga

saya sampaikan kepada Bapak Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, memberikan masukan, arahan, dan saran dalam proses penyelesaian laporan dan karya tugas akhir dengan begitu baik dan bersahabat. Terimakasih juga saya sampaikan kepada Bapak dan Ibu Dosen Fitri Murfianti, S.Sos., M.Med.Kom., Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum., Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn., M.Ds., Anung Rachman, ST., M.Kom., Anton Rosanto S.Sn., yang telah mendedikasikan ilmunya selama masa perkuliahan dan memberikan bekal pengetahuan selama mengikuti pendidikan di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. Dan saya ucapkan juga selamat dan terimakasih banyak kepada Bapak dan Ibu Dosen Ipung Kurniawan Yunianto, S.Sn., M.Sn., Rendya Adi Kurniawan, M.Sn., Brilindra Pandanwangi, S.Ds., M.Sn., yang telah bergabung dan menjadi Dosen di ISI Surakarta untuk mendedikasikan ilmunya kepada para mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual. Semoga ilmu yang telah diajarkan dan diberikan oleh seluruh Bapak Ibu Dosen tercatat sebagai amal baik dan menjadi pahala yang terus mengalir.

Berkaitan dengan penelitian, saya sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Alib Isa selaku *Founder* komunitas Surakarya dan Ruddy Setyawan selaku ketua Komunitas Surakarya yang telah berkenan memberikan izin kepada saya dan membantu dalam pengumpulan data guna membuat perancangan buku untuk komunitas Surakarya. Dan saya ucapkan terimakasih juga kepada seluruh anggota komunitas yang telah membantu memberikan informasi dan data yang sangat bermanfaat bagi kelancaran tugas akhir saya. Surakarya tidak hanya

sebatas komunitas saja, namun juga adalah sebuah keluarga besar bagi saya pribadi. Terima kasih Alib Isa, Abrazen, Ruddy, Talenta, Wendy, Fadhl, Tyo, Nunu, Exsan, Aji, Ige, Icak, Maya, Insannita, Anggik, Maria dan seluruh anggota komunitas atas segala dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan.

Kepada kedua orang tua saya Bapak Martono P. Ismiyanto dan Ibu Laidawati, kedua adik saya Tegar Hanggara dan Gisa Dewantara, beserta seluruh keluarga besar Kakung Isdjiyanto Kasno Suwignyo dan Uti Triyati, saya sampaikan ucapan terima kasih atas segala doa dan dukungan yang selalu mengalir secara tulus untuk kelancaran masa perkuliahan dan masa depan saya, sehingga apa yang menjadi sebuah pengharapan dan doa dapat tercapai satu persatu.

Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga besar Program Studi Desain Komunikasi Visual terkhusus angkatan 2014 dan teman-teman Program Studi Desain Interior yang saya kenal, Terkhusus untuk keluarga besar Teman Pencerita, Republik Rakyat Tinuk, yang telah memberikan segala cerita, canda tawa, inspirasi, dukungan, bantuan, pengalaman dan kebersamaan yang begitu berkesan selama masa kuliah, dan juga teman-teman Lab Ergonomi atas kebersamaan, sikap saling membantu dan mendukung satu sama lain selama proses mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir saya. Dan tidak lupa kepada sahabat-sahabat saya di kampung yang selalu memberikan dukungan dan semangat di setiap kegiatan yang saya lakukan selama ini.

Ucapan terima kasih dan rasa syukur saya kepada semua yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT senantiasa selalu memberikan



kesehatan, perlindungan, dan kebahagiaan yang berlimpah, karena setiap peran mereka di dalam kehidupan dan setiap proses yang saya alami menjadi sebuah takdir yang menuntun saya sampai pada titik ini dan akan selalu saya ingat.

Laporan dan buku *lettering* komunitas Surakarya ini dipersembahkan kepada komunitas Surakarya atas dedikasinya dalam bidang seni *lettering*, dan juga kepada seluruh pegiat seni *lettering* yang ada di Indonesia. Sebagai penulis dan perancang, laporan dan buku *lettering* komunitas Surakarya yang telah dibuat masih diakui mempunyai kelemahan dan kekurangan meskipun telah berusaha untuk meminimalisir kesalahan. Semoga laporan dan buku ini dapat membawa manfaat kepada pembaca dan menjadi sebuah inspirasi untuk karya-karya selanjutnya.

Surakarta, 28 April 2019

**Ajun Jefriyanto**  
NIM. 14151107

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Ide atau Gagasan Penciptaan.....	6
C. Tujuan Penciptaan .....	6
D. Manfaat Penciptaan .....	6
1. Manfaat Teoritis .....	6
2. Manfaat Praktis.....	7
E. Tinjauan Sumber Penciptaan.....	8
F. Landasan Penciptaan .....	10
1. Buku <i>Lettering</i> .....	10
2. Budaya.....	13
3. <i>Lettering</i> .....	14

4. Surakarta.....	17
5. Surakarya.....	19
6. Gaya <i>Vintage</i> dan Era <i>Victorian</i> .....	20
G. Metode Penciptaan .....	22
1. Pengumpulan Data .....	23
2. Metode Analisa Data.....	24
3. Metode Perancangan .....	25
H. Sistematika Penulisan.....	29
BAB II KEBERADAAN KOMUNITAS SURAKARYA .....	31
A. Sejarah Komunitas Surakarya .....	31
B. Kegiatan.....	33
1. Pitutur Becik.....	33
2. <i>Pen Meet Up</i> .....	35
3. Belcor atau Belmen <i>Corner</i> .....	36
4. <i>Lettering Camp</i> .....	37
5. Surakarya <i>Beach Camp</i> .....	39
6. Surakarya <i>Ngangsu Kaweruh</i> (Menimba Ilmu) .....	40
7. <i>Event</i> .....	42
8. <i>Creative Sharing</i> dan <i>Workshop</i> .....	44
C. Struktur Organisasi dan Anggota .....	45



1. Struktur Organisasi.....	45
2. Founder.....	46
3. Anggota .....	47
D. Proses Cipta Karya .....	48
E. Karya .....	51
F. Analisis Data Pustaka Komunitas Surakarya .....	53
1. Analisis SWOT: .....	54
2. Metode 5 W + 1 H.....	58
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL .....	62
A. Konsep Kreatif .....	62
1. Tujuan Kreatif .....	62
2. Strategi Kreatif .....	62
3. Strategi Komunikasi .....	63
B. Perancangan Buku <i>Lettering</i> .....	64
1. Format Desain .....	64
2. <i>Layout</i> .....	67
3. Warna .....	69
4. Tipografi.....	71
C. Sinopsis .....	75
D. Kerangka Buku.....	76

1. Bagian pertama, <i>About Lettering and History</i> .....	76
2. Bagian kedua, <i>Member</i> .....	76
3. Bagian ketiga, <i>Artwork</i> .....	76
4. Bagian keempat, <i>Activity</i> .....	77
5. Bagian kelima, <i>Process</i> .....	77
6. Bagian keenam, <i>Sharing Session</i> .....	77
7. Bagian ketujuh, <i>Guide Sheets</i> .....	77
E. Perancangan Media .....	77
1. Tujuan Media .....	77
2. Strategi Media .....	78
F. Konsep Promosi .....	84
1. Tujuan Promosi .....	84
2. Strategi Promosi .....	86
G. Konsep Desain.....	86
1. Konsep Desain <i>Cover</i> .....	86
2. Konsep <i>layout</i> .....	99
3. Konsep Media Promosi .....	105
4. Sketsa Aplikasi Media Promosi .....	108
BAB IV VISUALISASI KARYA .....	135
A. <i>Cover Buku</i> .....	135

1. <i>Lettering</i> .....	135
2. <i>Cover Buku</i> .....	136
3. <i>Dust Cover</i> .....	137
B. <i>Layout Buku</i> .....	138
1. <i>Pattern Cover Dalam dan Halaman Balik Cover</i> .....	138
2. <i>Layout Daftar Data Penulis dan Konten Buku</i> .....	140
3. <i>Layout Kata Pengantar</i> .....	140
4. <i>Layout Ucapan Terima Kasih</i> .....	141
5. <i>Layout Daftar Isi</i> .....	142
6. <i>Artwork</i> .....	143
7. <i>Bab atau Chapter Halaman Isi Buku</i> .....	143
8. <i>Layout Bab 1 (Satu), Tentang Lettering dan Sejarah</i> .....	144
9. <i>Layout Bab 2 (Dua), Anggota</i> .....	147
10. <i>Layout Bab 3 (Tiga), Karya</i> .....	148
11. <i>Layout Bab 4 (Empat), Kegiatan</i> .....	148
12. <i>Layout Bab 5 (Lima), Proses</i> .....	149
13. <i>Layout Bab 6 (Enam), Artist Show</i> .....	150
14. <i>Layout Bab 7 (Tujuh), Guide Sheets</i> .....	150
C. <i>Promosi</i> .....	151
1. <i>Surat Kabar</i> .....	151

2. <i>Billboard</i> .....	153
3. Poster.....	154
4. <i>X-Banner</i> .....	154
5. <i>Stationary</i> .....	155
6. Sosial Media.....	159
7. <i>Merchandise</i> .....	160
8. <i>Website</i> .....	170
BAB V PENUTUP.....	172
A. Kesimpulan.....	172
B. Saran.....	174
DAFTAR PUSTAKA .....	176

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Komunitas Surakarya.....	32
Gambar 2. Event Pameran Tahunan Pitutur Becik Komunitas Surakarya	35
Gambar 3. Kegiatan Pen Meet Up Memperingati Hari Pahlawan .....	36
Gambar 4. Kegiatan Belmen Corner di Playground Solo .....	37
Gambar 5. Kegiatan Lettering Camp pertama .....	39
Gambar 6. Kegiatan Surakarya Beach Camp di Pantai Buyutan, Pacitan	40
Gambar 7. Kegiatan Ngangsu Kaweruh Dagadu, Jogjakarta.....	42
Gambar 8. Event Burn Out Solo .....	43
Gambar 9. Creative Sharing dan Workshop Font bersama Akufadhl.....	45
Gambar 10. Struktur Organisasi Surakarya .....	46
Gambar 11. Founder Komunitas Surakarya.....	47
Gambar 12. Daftar Anggota Komunitas Surakarya .....	48
Gambar 13. Progress Karya Ruddy Setiawan .....	49
Gambar 14. Proses Karya Ruddy Setiawan .....	50
Gambar 15. Karya Anggota Komunitas Surakarya.....	51
Gambar 16. Karya Bersama Komunitas Surakarya .....	52
Gambar 17. Karya Bersama Komunitas Surakarya .....	52
Gambar 18. Karya Bersama Komunitas Surakarya .....	52
Gambar 19. Karya Bersama Komunitas Surakarya .....	53
Gambar 20. Alternatif Desain Lettering Cover Buku Surakarya .....	64
Gambar 21. Rancangan Konsep Cover Buku Surakarya .....	65
Gambar 22. Rancangan format ukuran buku .....	67
Gambar 23. Rancangan skema dan konsep desain layout.....	68
Gambar 24. Tone Warna Desain Buku .....	69
Gambar 25. Family font Montserrat.....	72
Gambar 26. Family Font Constantia .....	72
Gambar 27. Family Font Corbel .....	73
Gambar 28. Family Font Controwell .....	74
Gambar 29. Family Font Segoe Script.....	74
Gambar 30. Sample Mockup Buku Surakarya.....	80

Gambar 31. Contoh Penerapan Sistem Grid Layout .....	80
Gambar 32. Daftar Harga dan Ukuran Iklan Solopos 2019 .....	81
Gambar 33. Contoh Iklan Headline Homepage Web Solopos .....	82
Gambar 34. Contoh Letak Iklan Solopos .....	82
Gambar 35. Rancangan Pemasangan Iklan Billboard .....	83
Gambar 36. Format Size dan Layout Cover Buku .....	88
Gambar 37. Alternatif Desain Lettering dan .....	90
Gambar 38. Konsep Sketch Desain dan Layout Cover Buku .....	91
Gambar 39. Alternatif Teks Pendukung Cover Buku Surakarya .....	91
Gambar 40. Font Terpilih Pada Elemen Teks Pendukung Pada Cover ....	92
Gambar 41. Tone Warna Background Cover Buku .....	93
Gambar 42. Tone Warna Lettering Cover Buku .....	93
Gambar 43. Alternatif Tone Warna Cover Buku Surakarya .....	94
Gambar 44. Alternatif Tone Warna Cover Buku Surakarya .....	94
Gambar 45. Alternatif Digital Desain Cover Buku Surakarya .....	95
Gambar 46. Gambar Proses Seleksi Alternatif Desain Cover Buku Surakarya .....	96
Gambar 47. Desain Terpilih Cover Buku Surakarya .....	96
Gambar 48. Sketsa Desain Dust Cover Buku Surakarya .....	97
Gambar 49. Alternatif Desain Dust Cover Buku Surakarya .....	98
Gambar 50. Desain Terpilih Dust Cover Buku Surakarya .....	99
Gambar 51. Sketsa Konsep Layout Beserta Elemen-elemennya .....	100
Gambar 52. Font-font dalam Layout Buku .....	101
Gambar 53. Gambar Warna Putih Background Halaman Buku .....	102
Gambar 54. Gambar Warna Subjudul Buku .....	102
Gambar 55. Gambar Isi atau Bodytext Buku .....	103
Gambar 56. Konsep Sistem Grid Layout 1 .....	103
Gambar 57. Konsep Sistem Grid Layout 2 .....	104
Gambar 58. Konsep Sistem Grid Layout 3 .....	104
Gambar 59. Konsep Sistem Grid Layout 4 .....	105
Gambar 60. Konsep Sistem Grid Layout 5 .....	105



Gambar 61. Sketsa Iklan Display Koran.....	109
Gambar 62. Alternatif Desain Iklan Display Koran.....	110
Gambar 63. Sketsa Iklan Digital Web Koran Solopos.....	111
Gambar 64. Alternatif Desain Iklan Digital Web Solopos .....	111
Gambar 65. Sketsa Banner Iklan Billboard.....	112
Gambar 66. Alternatif Desain Banner Iklan Billboard .....	112
Gambar 67. Sketsa Poster .....	113
Gambar 68. Alternatif Desain Poster .....	113
Gambar 69. Sketsa X Banner Outdoor.....	114
Gambar 70. Alternatif Desain X-Banner Outdoor .....	115
Gambar 71. Sketsa Kartu Nama.....	116
Gambar 72. Alternatif Desain Kartu Nama.....	116
Gambar 73. Sketsa Kop Surat dan Amplop .....	117
Gambar 74. Alternatif Desain Kop Surat dan Amplop.....	117
Gambar 75. Sketsa Nota.....	118
Gambar 76. Alternatif Desain Nota .....	118
Gambar 77. Sketsa Stempel .....	119
Gambar 78. Alternatif Desain Stempel .....	119
Gambar 79. Sketsa Desain Sosial Media .....	120
Gambar 80. Alternatif Desain Sosial Media .....	120
Gambar 81. Sketsa Desain Kaos .....	121
Gambar 82. Alternatif Desain Kaos .....	122
Gambar 83. Sketsa Stiker.....	123
Gambar 84. Alternatif Desain Stiker.....	123
Gambar 85. Sketsa Gantungan Kunci .....	124
Gambar 86. Alternatif Desain Gantungan Kunci .....	124
Gambar 87. Sketsa Desain Artprint .....	125
Gambar 88. Alternatif Desain Artprint .....	126
Gambar 89. Sketsa Roll Case.....	126
Gambar 90. Desain Roll Case .....	127
Gambar 91. Sketsa Desain Totebag .....	127

Gambar 92. Alternatif Desain Totebag .....	128
Gambar 93. Alternatif Sketsa Desain Mini Artbook.....	128
Gambar 94. Alternatif Desain Mini Artbook .....	129
Gambar 95. Sketsa Patch.....	130
Gambar 96. Alternatif Desain Patch .....	130
Gambar 97. Sketsa Pin .....	131
Gambar 98. Alternatif Desain Pin.....	131
Gambar 99. Sketsa Sketchbook.....	132
Gambar 100. Desain Sketchbook.....	132
Gambar 101. Sketsa Pembatas Buku .....	133
Gambar 102. Alternatif Desain Pembatas Buku .....	133
Gambar 103. Sketsa Desain Website .....	134
Gambar 104. Alternatif Desain Website .....	134
Gambar 105. Desain Lettering Cover Buku Surakarya .....	135
Gambar 106. Desain Cover Buku Surakarya .....	136
Gambar 107. Mockup Desain Cover Buku Surakarya.....	137
Gambar 108. Desain Dust Cover Buku Surakarya.....	138
Gambar 109. Desain Pattern Cover Dalam dan Halaman Balik Cover Buku .....	139
Gambar 110. Layout Daftar Data Penulis dan Konten Buku.....	140
Gambar 111. Layout Kata Pengantar .....	141
Gambar 112. Layout Halaman Ucapan Terima Kasih .....	142
Gambar 113. Layout Daftar Isi .....	142
Gambar 114. Halaman Artwork.....	143
Gambar 115. Halaman Bab Isi Buku .....	144
Gambar 116. Layout Tentang Lettering.....	145
Gambar 117. Layout Sejarah dan Perkembangan Lettering .....	145
Gambar 118. Layout Halaman Komunitas Lettering .....	146
Gambar 119. Layout Halaman Surakarya .....	147
Gambar 120. Layout Halaman Bab Dua, Anggota .....	147
Gambar 121. Layout Halaman Bab Tiga, Karya.....	148



Gambar 122. Layout Halaman Bab Empat, Kegiatan.....	149
Gambar 123. Layout Halaman Bab Lima, Proses.....	149
Gambar 124. Layout Halaman Bab Enam, Artist Show .....	150
Gambar 125. Layout Halaman Bab Tujuh, Guide Sheets .....	151
Gambar 126. Desain Iklan Surat Kabar .....	152
Gambar 127. Desain Iklan Web Surat Kabar .....	152
Gambar 128. Desain Billboard.....	153
Gambar 129. Desain Promosi Poster Buku Komunitas Surakarya .....	154
Gambar 130. Desain X-Banner Buku Komunitas Surakarya.....	155
Gambar 131. Desain Kartu Nama Komunitas Surakarya .....	156
Gambar 132. Desain Kop Surat dan Amplop Komunitas Surakarya.....	157
Gambar 133. Desain Nota Komunitas Surakarya .....	158
Gambar 134. Desain Stempel Komunitas Surakarya.....	158
Gambar 135. Desain Sosial Media Komunitas Surakarya .....	159
Gambar 136. Desain Kaos Komunitas Surakarya.....	161
Gambar 137. Desain Stiker Komunitas Surakarya .....	162
Gambar 138. Desain Gantungan Kunci Komunitas Surakarya.....	163
Gambar 139. Desain Art Print Komunitas Surakarya .....	164
Gambar 140. Roll Case Komunitas Surakarya .....	165
Gambar 141. Totebag Komunitas Surakarya .....	166
Gambar 142. Desain Mini Artbook Komunitas Surakarya.....	167
Gambar 143. Desain Patch Komunitas Surakarya .....	168
Gambar 144. Desain Pin Komunitas Surakarya.....	168
Gambar 145. Desain Sketchbook Komunitas Surakarya .....	169
Gambar 146. Desain Pembatas Buku Komunitas Surakarya .....	170
Gambar 147. Desain Website Komunitas Surakarya .....	171

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sebagai makhluk sosial manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan dan kemampuan untuk berkomunikasi dengan lingkungan sekitar. Hal ini membuat manusia membutuhkan media untuk berkomunikasi, salah satunya adalah melalui tulisan. Semakin berkembangnya zaman, tulisan menjadi beragam, tulisan menjadi aspek penting dalam semua bidang yang berhubungan dengan manusia, di bidang pendidikan, bidang perkantoran, termasuk bidang seni. *Hand lettering* menjadi salah satu cara sederhana untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi dalam bentuk ekspresi seni yang tidak terbatas. Seni bagaimana mengeksplorasi 26 karakter huruf secara konsisten menjadi sesuatu yang indah dilihat secara visual.

*Hand lettering* merupakan seni menggambar huruf dan terdiri atas kombinasi spesifik dari berbagai bentuk huruf yang dibuat untuk menciptakan karya seni. Sedangkan kaligrafi merupakan seni menulis dan sepenuhnya berdasarkan keterampilan menulis dengan pena (Sy 2016, 7). Dalam pengaplikasiannya, komposisi *hand lettering* seringkali memasukkan kaligrafi sebagai salah satu komponen di dalamnya. Perkembangan *hand lettering* saat ini begitu pesat, hal ini dibuktikan dengan banyak dijumpainya seni ini di berbagai media yang beredar luas di masyarakat dengan berbagai macam aplikasinya. Karena prosesnya yang diawali dengan sketsa, diproses secara manual baik menggunakan cat, pensil warna, spidol, *brush pen*, *drawing pen*, atau dengan kapur, sehingga dengan demikian, *hand lettering* bisa menjadi fleksibel karena dalam

penerapannya dapat beradaptasi untuk mendukung media apapun. Pada penerapannya, *hand lettering* bisa menjadi sebuah seni yang dapat diterapkan sebagai media dekorasi yang mengedepankan estetis, seperti pada interior kafe, desain undangan, dekorasi acara dan lain-lain. Dalam dunia desain komunikasi visual pada akhir-akhir ini, *hand lettering* dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi secara ekspresif, baik di internet, sosial media, dan juga diterapkan pada perancangan elemen grafis media cetak. Menurut Arwan Sutanto (Sutanto 2016), sejak tahun 2016, *hand lettering* di Indonesia berkembang pesat dan memiliki peminat dan penggemar yang sangat besar. Hal ini ditunjukkan semakin banyaknya acara, bermuncunya para penggiat *hand lettering* di sosial media khususnya di Instagram dan juga mulai bermuncunya komunitas-komunitas *hand lettering* di setiap daerah di Indonesia. Adanya wujud eksistensi tersebut tidak lepas dari induk komunitas *hand lettering* di Indonesia, BelmenID dan Kaligrafina. BelmenID adalah akronim dari belajar Menulis yang berawal dari sekelompok orang yang memiliki ketertarikan di bidang *hand lettering*, kaligrafi dan tipografi (Hidayat 2017, 9), sedangkan Kaligrafina merupakan komunitas belajar kaligrafi dan *hand lettering*. BelmenID sendiri telah berkembang menjadi 30 komunitas di masing-masing daerah yang memiliki namanya masing-masing di seluruh Indonesia, dan salah satunya adalah Surakarya sebagai komunitas *hand lettering chapter* Surakarta. Komunitas Surakarya menjadi salah satu komunitas yang dipilih karena komunitas Surakarya merupakan komunitas *lettering* yang berdiri sejak 31 Oktober 2014 yang dibuktikan melalui jejak dokumentasi digital dan dari Alib Isa selaku *founder* dan narasumber komunitas, sehingga menjadikannya pioner dalam

komunitas *lettering* di Indonesia yang paling awal berdiri di antara komunitas-komunitas lain dan menjadi sebuah komunitas *lettering* yang paling besar dengan memiliki jumlah anggota 50 orang serta memiliki berbagai macam kegiatan dan pembelajaran seputar *lettering* yang sudah dilakukan sampai sekarang selama komunitas berdiri. Karena menjadi salah satu pioner komunitas *lettering* di Indonesia, adanya komunitas Surakarya ini menjadi sebuah inspirasi bagi para penggiat *lettering* di kota lain untuk membentuk sebuah komunitas *lettering* yang sama di kota masing-masing. Sehingga komunitas Surakarya layak diperhitungkan dan pantas menjadi komunitas yang dipilih. Selain itu dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan baik dari dalam komunitas maupun di luar komunitas, menjadi sebuah penggalian ilmu dan informasi yang dirasakan manfaatnya oleh komunitas seputar *lettering*, sampai pada tahap komunitas ini memiliki potensi yang tinggi dalam menyebarkan ilmu seni *lettering* dari yang sudah didapat. Dan juga menjadi sebuah manfaat tersendiri bagi anggota yang tergabung di dalam komunitas, maupun bagi orang lain di luar komunitas yang tertarik pada seni *lettering* dan masyarakat yang lebih luas.

Komunitas ini awalnya hanya terdiri dari 5 orang anggota yang menjadi cikal bakal terbentuknya komunitas Surakarya, yaitu Alib Isa, Wendy Wahyu, Fadhl, Taufik Anwar dan Martile. Dimana pada komunitas ini para *founder* yang memiliki konsep pemikiran yang sama mengenai seni *lettering*, pada akhirnya mendirikan sebuah komunitas Surakarya ini sebagai wadah untuk berkumpul dan belajar bersama tentang seni *lettering*. Dalam perkembangannya, komunitas ini terdapat anggota-anggota dari berbagai macam latar belakang yang berbeda, dari



anak sekolah, mahasiswa sampai pekerja dan dari asal yang berbeda-beda pula. Dalam komunitas ini sendiri memiliki 50 anggota dengan 20 anggota yang masih aktif. Komunitas Surakarya memiliki berbagai macam kegiatan, dari kegiatan rutin, *event*, sampai kegiatan belajar menulis bersama dalam satu forum tertentu. Surakarya sebagai komunitas *lettering* yang ada di kota Surakarta tentunya dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan juga memiliki manfaat terhadap kota Surakarta serta memberikan dampak dalam mengangkat dan mempromosikan kota Surakarta, Surakarta adalah kota domisili komunitas Surakarya, Surakarta adalah kota yang dikenal sebagai salah satu pusat kebudayaan Jawa dan secara tradisional merupakan salah satu pusat politik dan pengembangan tradisi Jawa (Andry 2016). Dengan adanya komunitas Surakarya diharapkan tidak hanya berdampak kepada komunitas, para penggiat dan penggemar di bidang *handlettering* saja, namun juga usaha memberikan manfaat terhadap kota dan juga mengangkat kota Surakarta, direpresentasikan juga melalui kreasi menulis indah dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan dari komunitas Surakarya.

Dari yang telah dijabarkan, apa yang bisa dilakukan oleh sebuah komunitas khususnya komunitas Surakarya yang ada di Surakarta untuk menunjukkan eksistensinya, memberikan manfaat, informasi dan pembelajaran mengenai ilmu *lettering* secara detail dan bagaimana komunitas Surakarya dalam mengambil perannya dalam mengangkat kota Surakarta di saat seni *lettering* baru berkembang pesat di Indonesia menjadi satu hal penting yang patut diperhitungkan.

Melihat hal tersebut yang telah dipaparkan, sebuah alternatif media diperlukan guna memberikan solusi dari hal yang telah dijabarkan, yaitu melalui

sebuah buku. Pemilihan media melalui sebuah buku dikarenakan buku adalah media yang sangat mudah di peroleh oleh semua kalangan dan menjadi salah satu media yang efektif sebagai salah satu media promosi komunitas Surakarya. Melalui buku pesan secara visual maupun verbal dapat tersampaikan dengan baik. Buku juga merupakan media yang mudah diperbanyak dan mudah diakses, baik buku berupa fisik maupun *e-book*. Hal ini juga diperkuat karena hingga saat ini masih sangat sedikitnya buku buatan Indonesia yang mengupas dasar-dasar *hand lettering* dan kaligrafi dari dasar hingga merangkai kata dan kalimat. Selain dasar-dasar *hand lettering*, buku ini juga memberikan contoh-contoh pengaplikasian *hand lettering* dari bentuk yang sederhana hingga bentuk yang kompleks, dan pembelajaran langsung dari anggota-anggota komunitas penggiat *hand lettering* yang sudah profesional di bidangnya, serta dalam buku ini juga akan membahas dan mengupas tuntas mengenai komunitas Surakarya, karya-karya yang telah dibuat dari para anggota dan komunitas, serta apa saja peran yang sudah diberikan komunitas Surakarya untuk Surakarta.

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadi sebuah alasan dalam merancang sebuah buku *lettering* komunitas Surakarya. Buku *lettering* ini diharapkan bisa menjadi pedoman dan bisa diakses dengan mudah oleh orang-orang yang akan memulai mempelajari *hand lettering*, mengetahui ilmu tentang *hand lettering* serta mengetahui tentang komunitas *hand lettering* yang ada di Surakarta yaitu Surakarya serta apa saja peran yang sudah diberikan komunitas Surakarya untuk Surakarta. Buku *lettering* komunitas Surakarya ini dirancang seperti buku pada umumnya dalam hal ini sesuai dengan segala informasi yang ada mengenai *lettering* dan

komunitas Surakarya. Dan buku ini merupakan sebuah dedikasi bagi perkembangan *hand lettering* dan komunitas Surakarya di Kota Surakarta.

### **B. Ide atau Gagasan Penciptaan**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut ide atau gagasan penciptaan yang akan diangkat dalam tugas ini yaitu Perancangan Buku *Lettering* Sebagai Media Promosi Komunitas Surakarya.

1. Bagaimana merancang buku *lettering* komunitas Surakarya yang memuat informasi mengenai *lettering* dan komunitas Surakarya?
2. Bagaimana merancang promosi yang efektif pada media yang tepat untuk mendukung promosi buku *lettering* komunitas Surakarya?

### **C. Tujuan Penciptaan**

Adapun tujuan dari diciptakannya karya ini adalah sebagai berikut.

1. Merancang buku *lettering* komunitas Surakarya yang memuat informasi yang ada mengenai *lettering* dan komunitas Surakarya.
2. Merancang promosi yang efektif pada media yang tepat untuk mendukung promosi buku *lettering* komunitas Surakarya yang memuat segala informasi yang ada mengenai *lettering* dan komunitas Surakarya.

### **D. Manfaat Penciptaan**

Perancangan yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Pembuatan karya ini diharapkan dapat dijadikan sumber referensi dan penambah wawasan bagi peneliti yang mengambil tema serupa, Selain itu,

perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya ini merupakan media yang dapat menimbulkan daya tarik tersendiri bagi pembaca melalui informasi dan pembelajaran yang disuguhkan. dan secara teoritis dapat menjadi referensi metode perancangan bagi peneliti dan mahasiswa.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Manfaat Buku

Penciptaan karya ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk memecahkan masalah lain yang serupa. Melalui perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya ini diharapkan menjadi sebuah media promosi komunitas Surakarya. Dan segala informasi yang ada mengenai *lettering*, sejarah, perkembangan, ilmu *lettering* dan mengenai komunitas Surakarya tidak hanya dimanfaatkan oleh para penggiat *lettering* pemula dan yang sudah profesional saja, namun juga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat lokal yang belum mengetahui sama sekali tentang *lettering*.

### b. Manfaat Promosi

Dari hasil yang diperoleh dari suatu penelitian dengan menerapkan sebuah media buku *lettering* sebagai media promosi komunitas Surakarya dapat membantu dalam memberikan sejumlah referensi dalam mengembangkan seni *lettering* di lingkup komunitas, pecinta seni *lettering*, dan masyarakat umum. Dan juga dijadikan media promosi bagi produk buku komunitas Surakarya.



### E. Tinjauan Sumber Penciptaan

Dalam proses perancangan karya ini menggunakan beberapa referensi yang relevan. Selain itu, tinjauan sumber penciptaan bertujuan untuk menghindari adanya plagiat, maupun peniruan dalam bentuk lainnya sebagai bentuk tanggung jawab untuk menghargai karya dan pendapat orang lain.

Tinjauan sumber penciptaan yang diambil di antaranya karya tugas akhir milik Anwar Hidayat dengan judul “Perancangan Buku Panduan Teknik *Brush Calligraphy Script*” (2017) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Perancangan buku panduan teknik *brush calligraphy script* ini dibuat sebagai sebuah sarana bagi para pecinta *lettering*, terkhusus di Indonesia yang ingin belajar kaligrafi. Dalam perancangan buku yang dibuat ini menampilkan panduan praktis bagi para pemula yang ingin belajar kaligrafi, dengan penggunaan bahasa yang lugas dan memperhatikan estetika tata letak yang menarik, buku ini akan mudah dipahami dan dipelajari. Buku panduan praktis yang disusun meliputi teori singkat tentang *handlettering* dan kaligrafi, penjelasan mengenai *brush* kaligrafi, pengenalan alat (*brush*), teknik dasar menulis dengan *brush*, contoh penulisan alfabet, hingga ragam penggunaan *florish*. Dalam buku ini juga menyediakan *worksheet* sebagai sarana latihan dalam merancang karya *brush* kaligrafi, sehingga buku ini diharapkan mampu dipahami secara teori dan mahir secara praktis.

Hasil karya selanjutnya adalah karya tugas akhir milik Ambar Kusumastuti dengan judul “Peran Komunitas Dalam Interaksi Sosial Remaja Di Komunitas Angklung Yogyakarta” (2014) Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Jurusan

Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. Dalam karya tugas akhir ini dibuat bertujuan untuk mendiskripsikan peran komunitas dalam interaksi sosial remaja di Komunitas Angklung Yogyakarta. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peran komunitas dalam interaksi sosial remaja di Komunitas Angklung Yogyakarta ini sebagai tempat *coming out*, tempat tukar informasi, tempat menunjukkan eksistensi, dan tempat untuk saling menguatkan. Faktor pendukung interaksi sosial remaja di Komunitas Angklung Yogyakarta meliputi mutu, dalam hal kekompakan anggota, sikap saling menghargai, kerja sama, tempat kegiatan, serta pengelola yang mendukung adanya Komunitas Angklung Yogyakarta. Bahkan dalam interaksi ini ada pula faktor penghambat di dalam komunitas, yaitu jumlah anggota dan kurangnya pelatih.

Karya terakhir sebagai tinjauan sumber penciptaan adalah karya tugas akhir milik Nada Karimah dengan judul “Perancangan Buku Kuliner Sebagai Bagian Dari Promosi Wisata Kuliner Khas Solo” (2011) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta. Perancangan buku tentang kuliner khas Solo ini dibuat sebagai bagian dalam mempromosikan wisata kuliner khas Solo kepada masyarakat Indonesia dan juga mancanegara. Makanan adalah bagian penting dari kehidupan masyarakat Solo dimana kota ini banyak dijumpai tempat-tempat kuliner khas, dari makanan basah, ringan dan juga berat. Sayangnya informasi tentang tempat-tempat kuliner di Solo belum banyak dan lengkap. Maka dari itu buku ini dirancang sebagai media informasi tentang kuliner di Solo yang dapat diakses oleh wisatawan yang sedang dan akan berkunjung ke Solo. Keinginan membangkitkan kembali kuliner asli

Indonesia menumbuhkan usaha untuk mempromosikan dan mempopulerkan makanan tradisional khas Solo. Hal itu menjadi alasan dibuatnya sebuah pendekatan promosi melalui sebuah buku. Karya ini dibuat dengan teknik Fotografi, sehingga objek-objek kuliner yang ditampilkan dapat memberikan suatu gambaran yang nyata mengenai ragam wisata kuliner yang ada di Solo.

Dari tiga perancangan di atas dapat dilihat bahwa perancangan buku *lettering* sebagai media promosi komunitas Surakarya terdapat perbedaan dari perancangan-perancangan sebelumnya yang pernah dilakukan. Perbedaan tersebut menunjukkan keorisinalitasan dari perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya ini dan diharapkan mampu memenuhi tujuan perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya ini, yaitu memberikan informasi yang ada mengenai *lettering* kepada pemula yang ingin belajar *lettering* dan mengenai komunitas Surakarya. Adapun perancangan buku ini tidak hanya fokus kepada komunitas, namun juga menitikberatkan pada anggota yang ada pada komunitas Surakarya sehingga perancangan buku yang akan dilakukan mendapat hasil dan dampak yang maksimal dan fungsional.

## **F. Landasan Penciptaan**

Membuat sebuah karya tentunya dibutuhkan teori sebagai konsep dasar dalam landasan penciptaan untuk memperkuat beberapa penjelasan dalam pembuatan proposal karya. Adapun sejumlah tinjauan pustaka yang terkait dengan penciptaan karya yang akan dilakukan, di antaranya:

### **1. Buku *Lettering***

Buku merupakan sumber ilmu, membaca sebagai kuncinya. Buku

merupakan jendela dunia yang bisa memberikan banyak pengetahuan, inspirasi, dan pencerahan. (Hidayati N. 2009) Buku merupakan media yang mudah diperbanyak dan mudah diakses, baik buku berupa fisik maupun *e-book*. Buku memiliki beragam jenis, dari novel, ensiklopedia dan macam jenis lainnya, dan salah satunya buku tentang *lettering*. Perkembangan buku *lettering* di dunia cukup besar seperti buku *Creative Lettering: Techniques and tips from top artists by Jenny Doh*, *The Complete Book of Chalk Lettering by Valerie McKeehan*, *In progress: see inside a lettering artist's sketchbook and process from pencil to vector by Jessica Hische*, *Mastering Calligraphy: the complete guide to hand lettering by Gaye Godfrey-Nicholls*, dan masih banyak lagi buku-buku *Lettering* di penjuru dunia. Namun demikian, hingga saat ini masih sedikitnya buku buatan Indonesia yang mengupas dasar-dasar *hand lettering* dan kaligrafi dari dasar hingga merangkai kata dan kalimat, karena sebetulnya ada hal-hal yang paling mendasar yang harus diketahui oleh penggiat *lettering* yang harus dipahami terlebih dahulu agar biasa bereksplorasi agar para penggiat *lettering* pemula tidak hanya meniru dari karya-karya orang lain di sosial media (*Instagram*, *Facebook*, dan lain-lain). Faktanya, di lapangan para penggiat *lettering* Indonesia sulit mendapatkan buku-buku *lettering* yang berasal dari Indonesia, karena buku *lettering* banyak yang cenderung berasal dari luar negeri. Selain cukup sulit untuk mendapatkan buku *lettering* terutama buku *lettering* yang berasal dari luar negeri, salah satu yang menjadi kendala adalah kendala dari bahasa dan harga yang lumayan mahal. Buku yang paling mudah ditemukan sampai saat ini adalah buku *ABC's Lettering* karya Abbey Sy yang telah

diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia. Namun dalam buku tersebut pun juga tidak membahas dasar-dasar membuat *lettering* atau kaligrafi bagi pemula. Sebagian masyarakat penggiat *lettering* selalu mengikuti kelas/*workshop* tentang *lettering* yang diadakan oleh komunitas *lettering* di masing-masing kota untuk mendapatkan pembelajaran dan pelatihan langsung dalam membuat dan belajar *lettering*, karena pada dasarnya buku-buku yang memuat tentang *lettering* memang belum banyak ditemukan di Indonesia sebagai media untuk mempelajari *lettering*. Padahal saat ini *lettering* sedang banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia khususnya di kota-kota besar, bahkan sampai bermunculan komunitas-komunitas yang menamai dirinya sebagai komunitas *lettering* dan munculnya nama-nama besar para penggiat *lettering* seperti Alib Isa, Erwin Indrawan, Jamal M Aziz, Hendry Juanda, Kiko Ardiansjah, Novia Jonatan dan masih banyak lagi.

Berbicara tentang buku, penerbitan buku di Indonesia tentu tidak bisa dilepaskan dari budaya tulis nusantara. Bangsa Indonesia telah mengenal buku setidaknya sejak abad 14 M. Pada masa itu khazanah perbukuan masih berupa naskah-naskah yang ditemukan dalam bentuk buku maupun kumpulan lembaran daun lontar yang ditulis tangan. Materi yang ditulis pun beragam mulai dari naskah resmi kerajaan (perjanjian keputusan raja), karya sastra, babad (sejarah), hingga ayat-ayat suci. Hingga 1950 industri penerbitan buku Indonesia didominasi oleh Balai Pustaka disamping mulai munculnya penerbit buku nasional seperti Pustaka Antara, Pustaka Rakyat (sekarang Dian Rakyat), Endang dan beberapa lagi yang semuanya berpusat di Jakarta, Ganaco di



Bandung dan lain-lain. Berdasarkan kenyataan di lapangan, industri perbukuan di Indonesia setidaknya melibatkan 5 pihak yaitu penerbit, percetakan, distributor, toko buku, dan konsumen pembaca. (Maulin and N 2018).

## 2. Budaya

Kebudayaan berasal dari kata "*budya*", yang berasal dari kata Sansekerta "*budhayah*", sebagai bentuk jamak dari "*buddhi*", yang berarti budi atau akal. Kebudayaan adalah hal-hal yang bersangkutan dengan budi atau akal. Banyak definisi tentang kebudayaan. Koentjaraningrat memberikan pengertian kebudayaan sebagai "keseluruhan dari hasil budi dan karyanya itu". Atau dengan kata lain bahwa kebudayaan itu adalah keseluruhan dari apa yang pernah dihasilkan oleh manusia karena pemikiran dan karyanya. Jadi kebudayaan merupakan produk budaya. Dalam disiplin Ilmu Antropologi Budaya, kata kebudayaan dan budaya tidak dibedakan. Kebudayaan dalam kaitannya dengan ISBD adalah penciptaan penertiban dan pengolahan nilai-nilai insani, tercakup di dalamnya usaha memanusiakan diri di dalam alam lingkungan baik fisik maupun lingkungan sosial. Nilai-nilai ditetapkan dan dikembangkan, sehingga sempurna. Tidak memisah-misahkan dalam membudayakan alam, memanusiawikan hidup dan menyempurnakan hubungan insani. Manusia memanusiakan dirinya, dan memanusiakan lingkungan dirinya.

Dalam perkembangannya, para generasi muda bangsa Indonesia saat ini lebih memilih kebudayaan asing yang mereka anggap lebih menarik ataupun lebih unik dan praktis, kebudayaan lokal banyak yang luntur akibat sedikitnya generasi penerus yang akan mewarisinya. Perlunya menumbuhkan kesadaran

akan pentingnya budaya yang mana kebudayaan Indonesia adalah budaya-budaya lokal adalah kewajiban setiap lapisan masyarakat, di mana peran setiap mereka yang terus berusaha untuk mewarisi kekuatan budaya lokal akan menjadi kekuatan budaya itu untuk tetap ada (Lies 2013, 29). Kebudayaan dapat dilestarikan dalam dua bentuk (Khoirotun 2015), yaitu :

**a. *Culture Experience***

Merupakan pelestarian budaya yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke dalam sebuah pengalaman kultural. Contohnya, jika kebudayaan tersebut berbentuk tarian, maka masyarakat dianjurkan untuk belajar dan berlatih dalam menguasai tarian tersebut. Dengan demikian dalam setiap tahunnya selalu dapat dijaga kelestarian budaya yang ada.

**b. *Culture Knowledge***

Merupakan pelestarian budaya yang dilakukan dengan cara membuat suatu pusat informasi mengenai kebudayaan yang dapat difungsionalisasi ke dalam banyak bentuk. Tujuannya adalah untuk edukasi ataupun untuk kepentingan pengembangan kebudayaan itu sendiri dan potensi kepariwisataan daerah. Dengan demikian para generasi muda dapat mengetahui tentang kebudayaannya sendiri.

**3. *Lettering***

Dalam desain tipografi, terdapat huruf-huruf khusus yang dirancang untuk keperluan sebuah desain grafis yang disebut *custom typeface*. Sihombing (2015) menjelaskan bahwa “Sebuah *custom typeface* muncul karena adanya kebutuhan, baik bersifat untuk jangka pendek atau jangka panjang. Rancangan

*custom typeface* ini dipengaruhi oleh kebutuhan lingkungan dan menyesuaikan dengan tren perancangan dan penggunaan dalam tipografi. Hal ini pun menjadi salah satu pemicu munculnya teknik *hand lettering*.”

Menurut (Hidayat 2017, 7) *Hand lettering* atau *lettering* merupakan seni menggambar huruf dan terdiri atas kombinasi spesifik dari berbagai bentuk huruf yang dibuat untuk menciptakan karya seni serta untuk menghasilkan visual yang lebih menarik. Istilah *lettering* mengacu pada ekspresi tipografi yang unik dan dipersonalisasi, dibuat untuk pengaplikasian tertentu dengan menggabungkan bentuk dan elemen grafis, seperti warna dan tekstur, untuk menyampaikan atribut, pesan, atau ide tertentu. *Lettering*, singkatnya menyampaikan sebuah pesan atau cerita dengan menggunakan bagian-bagian huruf yang digambar. Bentuk *lettering* ini bukanlah font yang dapat dibeli dan digunakan berulang kali, sebaliknya, mereka dibuat dan dirancang khusus untuk satu bagian dan tujuan tertentu. Dalam pengertian ini, mereka dapat dibandingkan dengan ilustrasi-ilustrasi yang terdiri dari huruf-huruf (Flor 2017, 12).

*Lettering* sering kali disamakan dengan *Type design*. *Type designer*, bagaimanapun, berfokus pada menciptakan seluruh alfabet dimana masing-masing huruf bekerja sama dalam setiap kombinasi yang membentuk kata-kata dan kalimat. *Typefaces* adalah sebuah konsep yang tidak diatur dan mendapatkan irama tertentu atau mengkomunikasikan pesan tertentu tergantung pada bagaimana seorang desainer atau tipografer menggunakan dan menggabungkannya dengan gambar dan warna dalam sebuah *layout*. Konotasi



tipografi didefinisikan oleh penggunaannya. Huruf juga tidak sama dengan kaligrafi “seni menulis indah”, sementara *hand letterer* menggambar huruf dari sebuah tarikan, seorang kaligrafer mengeksekusi bentuk huruf menurut model atau *freehand*. Nilai seni ini muncul dari ketidaksempurnaan dan spontanitas yang merupakan hasil dari tangan memanipulasi alat tulis dalam ruang dan waktu tertentu. Setiap bagian dari tulisan kaligrafi itu unik. Meskipun ketiga disiplin tersebut berhubungan dengan bentuk huruf, proses dan jumlah waktu yang mereka ambil berbeda secara radikal untuk masing-masing. Proyek *type design* sering membutuhkan waktu berbulan-bulan, bahkan bertahun-tahun. Pekerjaan *hand letterer* biasanya bergantung pada klien dan harus memenuhi *deadline*. Komisi *lettering* biasanya membutuhkan waktu *beberapa minggu*. Proyek *kaligrafi* hanya berlangsung dalam waktu singkat, asal dibutuhkan tangan yang terlatih untuk mengeksekusi teks tertentu meskipun dari prosesnya dapat diulang (Flor 2017, 12).

Menurut Flor (2017, 13) *lettering* memiliki beberapa disiplin dan jenis yang berbeda sebagai berikut :

**a. *Type Design***

Seorang *type designer* menciptakan seluruh alfabet, yang kemudian disimpan dan menjadi sebuah *font*. Ini adalah sistem modular, dengan setiap modul terdiri dari huruf yang bekerja bersama secara harmonis dengan huruf-huruf lain dalam sistem di setiap kombinasi yang dibayangkan. Sebuah tipografi adalah konsep yang bebas dan dapat digunakan berulang-ulang dalam berbagai proyek dari berbagai jenis. Ia mendapatkan makna dan

konotasi hanya melalui penggunaannya dengan elemen desain lain dalam *layout*.

#### **b. Kaligrafi**

Seorang kaligrafer menguasai seni menulis indah. Dengan menggunakan alat yang berbeda, artis tersebut menguasai setiap variasi dan spontanitas. Karena kaligrafi adalah hasil dari gerakan tangan dalam waktu dan ruang tertentu, karya seni yang dihasilkan tidak dapat diuraikan dan terkesan unik. Kaligrafi tidak melibatkan tipografi, sebaliknya, ini didasarkan pada gaya penulisan individual tertentu.

#### **c. *Hand Lettering***

Seorang *hand letterer* mendesain kata atau serangkaian kata untuk pengaplikasian tertentu dengan tujuan menyampaikan pesan atau atribut tertentu. Penggunaan *letterform* atau bentuk terbatas pada aplikasi yang dirancang untuk mereka, dan setiap huruf digambar dari awal.

### **4. Surakarta**

Kota Surakarta merupakan salah satu ikon kota di Jawa Tengah yang masih kental akan budaya. Surakarta mempunyai nama lain, yaitu Solo. Surakarta biasanya dipakai dalam situasi formal, sedangkan nama Solo lebih umum digunakan. Surakarta sudah ada sejak abad ke-19 dan namanya telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia (Putri 2015, 1). Kota Surakarta atau Solo adalah salah satu kota yang memiliki sejarah panjang dalam proses pembentukannya. Diawali dari Desa Perdikan, Desa Sala, yang ramai dengan lalu lintas barang dari Bandar Beton di tepi Sungai Bengawan Solo sebagai

Bandar perdagangan di lintasan urat nadi perdagangan Jawa Tengah dan Jawa Timur. Kemudian mewujud sebagai kota kerajaan (Kuthonegoro) setelah pusat Kerajaan Mataram dipindah dari Kartasura ke Surakarta atau Solo. Sebagai kota yang pernah menjadi ibu kota Kerajaan Mataram, Surakarta memiliki warisan budaya yang sangat menarik, dari keberadaan Keraton Surakarta Hadiningrat dan Puta Mangkunegaran yang eksotis, bangunan-bangunan bersejarah seperti candi, museum, tempat ibadah, stasiun kereta api, benteng, pasar tradisional, sentra batik, dan sarana transportasi hingga kuliner. Begitu juga dengan sosok-sosok masyarakatnya yang sangat menarik dan inspiratif untuk dikisahkan. Menurut Kusumastuti (2016, 37) dalam jurnal kota Solo, pada perkembangannya, pertumbuhan Kota Surakarta atau kerap di panggil Solo ini dapat dilihat dari tiga tipe pertumbuhan, yaitu:

1. Kota Solo sebagai Kota Kerajaan (Tradisional)
2. Kota Solo sebagai Kota Kolonial
3. Kota Solo sebagai Kota Modern

Kebudayaan Surakarta yang masih kental hadir di setiap sudut kota, menjadikan keunikan tersendiri bagi Surakarta. Tiap sudut kota juga berhiaskan ornament khas Surakarta yang masih bertahan hingga sekarang, seperti gapura berlukiskan motif batik, patung-patung wayang menghias jalan-jalan, lampu kota ala zaman dahulu juga masih tergantung indah, restoran-restoran dengan suasana tempo dulu, belum lagi beberapa gedung perkantoran yang tetap dipertahankan keaslian arsitekturnya dari zaman ke zaman. Pemandangan ini membawa wisatawan yang singgah merasa betah. Kesenian tradisional seperti

wayang orang, wayang kulit, ketoprak, dan lain-lain juga masih terus dilestarikan oleh masyarakat. Dalam sebuah perayaan tertentu, kesenian-kesenian tersebut juga ikut serta memeriahkan. Dapat dikatakan bahwa peninggalan nenek moyang begitu arifnya dijaga oleh masyarakat Kota Surakarta. Mereka paham betul bagaimana menyimpan kekayaan tradisional agar kelak dapat dinikmati anak cucu. Keramahan masyarakatnya juga membuat Surakarta begitu hangat. Tak heran, Surakarta dinobatkan sebagai salah satu *World Heritage City* oleh UNESCO (Putri 2015, 1).

## 5. Surakarya

Bagi sebagian orang, seni merupakan bagian penting untuk mengekspresikan diri. Berbagai macam bentuk seni memiliki makna dan keindahan yang berbeda menurut tiap individu, salah satunya adalah seni kaligrafi dan *hand lettering*. Di kota Surakarta terdapat satu komunitas yang menjadi wadah berkumpulnya para seniman kaligrafi dan *hand lettering* bernama Surakarya. Nama Surakarya diambil dari “Surakarta” sebagai daerah domisili member komunitas dan “karya” yang berarti mengarah pada hasil dari sebuah seni. Surakarya lahir pada 31 Oktober 2014 di Surakarta, komunitas ini awalnya hanya terdiri dari 5 orang anggota yang menjadi cikal bakal terbentuknya komunitas Surakarya, yaitu Alib Isa, Abrazen, Wendy Wahyu, Fadhl dan Tile, yang kemudian berkembang pesat menjadi 60 lebih anggota. Surakarya juga aktif mengadakan acara sebagai bentuk kegiatan yang mereka lakukan, dan salah satunya yang paling besar adalah pameran bernama Pitutur Becik. Acara pameran Pitutur Becik yang diadakan di Balai Soedjatmoko

merupakan ajang pameran tahunan yang dilaksanakan oleh Surakarya perdana di tahun 2016. Acara yang dilaksanakan pada tanggal 16 April – 22 April 2016 ini merupakan pameran karya seni 7 sifat kebaikan dan karya-karya kecil yang berisi *quote* motivasi. Untuk agenda rutinnya, Surakarya mengadakan *meet up* yang disebut *Belmen Corner* yang biasa diagendakan setiap seminggu sampai 2 minggu sekali di hari Selasa. Agenda Belcor sendiri digelar di beberapa tempat, seperti di *Playground Cafe*, *Yellow Truck*, Meurdue dan beberapa tempat lainnya. Adapun agenda-agenda lainnya yang juga dilaksanakan oleh komunitas Surakarya, yaitu *Lettering Camp*, gelar karya, Ngangsu Kaweruh, *Creative Sharing* dan *Workshop*.

#### 6. **Gaya Vintage dan Era Victorian**

Kata gaya dalam bahasa Inggris memiliki arti *style* yang berarti jenis tertentu atau semacam, jenis mengacu pada bentuk, penampilan, atau karakter. Menurut Marizar (11), gaya pada suatu periode dapat dibedakan berdasarkan beberapa kategori, yaitu dimulai dari ornament, warna atau aksesoris, karakter desain dari elemen interior (bentuk), pola bentuk, tekstur dan kombinasi dari beberapa unsur tersebut. (Tejo and Wibowo 2014). Dalam sebuah gaya *vintage*, tidak mengenal sebuah cara dalam menyelaraskan sesuatu, tetapi gaya *vintage* haruslah dirasakan, apabila gaya modern dan gaya *vintage* (sesuatu yang kuno) dipadukan menjadi satu kesatuan maka akan menciptakan sebuah kontras dan menyatu secara harmonis. Menurut Khaterine Sorrell, gaya *vintage* berada sekitar era abad 18, 19, dan awal abad 20 (*Edwardian, Georgian, Victorian, Art Deco, 1950s, 1960s, 1970s, Contemporer*) *Global style* mencakup *English*



*Counntry, American Shaker, Scandivanian, dan Ethnic.* (Angelia and Kusumarini 2015).

Dalam perkembangannya, gaya *vintage* pada era *Victorian* merupakan salah satu era yang bahkan sampai sekarang masih terus diminati dan semakin berkembang. Sebelum berkembangnya gaya *vintage* di era *Victorian* yang diterapkan ke dalam dunia desain Arsitektur, Interior dan Grafis, awal mula munculnya era *Victorian* terjadi setelah berakhirnya era Rococo di Perancis dengan dipenggalnya Marie Antoinette pada tahun 1793 yang kemudian muncullah gerakan *Victorianisme* di era tersebut di Inggris yang berlangsung dari 20 Juni 1837 sampai kematiannya pada 22 Januari 1901 selama 64 tahun pada masa berkuasanya Ratu Inggris, Victoria, dimana pada era ini, ratu Victoria menyerukan perubahan di bidang sosial berupa perubahan tata krama dan nilai moral kelas menengah yang kemudian dikenal sebagai *Victorianisme*. Saat era Victoria dimulai, gambar grafis mencapai publiknya dalam satu dari tiga cara berbeda. Yang pertama adalah gambar orisinil, yang kedua dilakukan dengan cara autografi seperti *etchings* dan litograf yang disebut dari karya cetak yang dibuat oleh seniman itu sendiri, dan yang terakhir adalah menggunakan gambar terbalik yang dibuat oleh seorang pengrajin dari gambar asli yang dipasok oleh seorang seniman. (Ashwin 1978).

Menurut (Wagiono 2013), di dalam hasil karya desain grafis Victoria terdapat beberapa ciri-ciri utama sebagai berikut:

1. Visualisasi realistik baik pada desain berwarna maupun hitam putih.



2. Penuturan visual yang “didaktik” dan “naratif”, yaitu berusaha menjelaskan dengan selengkap-lengkapnyanya dan sebanyak-banyaknya.
3. Banyaknya ilustrasi karikatur dan satir, baik dalam majalah politik maupun dalam iklan komersil pada poster-poster. Humor dan satir dianggap “*Selling point*” yang kuat bagi produk-produk tertentu.
4. Visualisasi dan pemakaian Tipografi serta *Border* atau hiasan pinggir secara penuh, tanpa meninggalkan bidang kosong. Ada anggapan bahwa setiap bidang harus dikuasai dengan cara diisi berbagai unsur grafis.
5. Pencampuran berbagai jenis huruf, secara langsung dan berdesak. Tidak ada kepekaan tentang spasi dan ruang pada tipografi.
6. Seni ornamen yang dipakai secara berlebihan.
7. Komposisi yang cenderung merata dan simetris (statis).

### **G. Metode Penciptaan**

Metode perancangan merupakan usaha yang ditempuh dalam memecahkan suatu strategi yang dalam hal ini merupakan strategi dalam merancang buku *lettering* komunitas Surakarya dengan menarik, memberikan informasi dan pembelajaran yang ada mengenai *lettering* kepada pemula yang ingin belajar *lettering*, dan dapat mengangkat komunitas Surakarya sesuai dengan daya tangkap target *audience*. Metode yang digunakan dalam proses pembuatan buku *lettering* ini perlu melalui beberapa tahapan proses, adapun proses yang diperlukan sebagai berikut:

## 1. Pengumpulan Data

Proses perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya menggunakan metode pengumpulan data yang dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu metode pengumpulan data primer dan metode pengumpulan data sekunder, adapun pengumpulan data yang diperlukan sebagai berikut:

### a. Metode Pengumpulan Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan disatukan secara langsung dari objek yang diamati untuk kepentingan studi yang bersangkutan. Dalam hal ini data primer diperuntukkan penggalian informasi mengenai komunitas Surakarya langsung dari anggota-anggota dan pengurus yang ada di dalamnya sebagai salah satu komunitas *lettering* yang ada di Surakarta.

#### 1) Metode Observasi

Pengumpulan data dengan melihat, meninjau dan mengamati langsung ke lapangan untuk mendapatkan data untuk diamati. Teknik observasi adalah teknik pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena (Sutrisno Hadi 1981). Observasi ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung ke komunitas Surakarya, mengamati situasi dan lingkungan komunitas Surakarya dengan bantuan alat tulis, dan kamera digital.

#### 2) Metode Wawancara

Metode pengumpulan data adalah metode yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab sepihak, dan dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Metode pengumpulan data

dengan cara mengadakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara dengan yang diwawancarai (Lexy J. Moleong 2000). Penulis menggunakan metode wawancara terbuka yaitu tanya jawab secara langsung, dengan instrument alat tulis dan alat perekam.

#### **b. Metode Pengumpulan Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dalam hal ini pengumpulan data sekunder akan dilakukan melalui metode kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan data-data melalui membaca buku-buku, surat-surat, jurnal, maupun bahan tulisan lainnya. Dan juga melalui metode dokumentasi, yaitu dengan mencatat data-data dari hasil survei baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya, sebagai data berupa fakta dan sebagai bukti untuk dipertanggungjawabkan (Moh Nazir 1988). Metode ini dibantu dengan instrument media digital.

### **2. Metode Analisa Data**

Analisis data merupakan cara atau langkah pemikiran penelitian untuk mengolah data yang berhasil dikumpulkan dan merupakan tindak lanjut dari usaha untuk menguji kebenaran. Analisa data yang digunakan dalam laporan ini adalah metode analisis SWOT dan metode 5W1H. Pada analisis SWOT ini digunakan sebagai metode dalam merancang strategi promosi buku lettering

komunitas Surakarya, dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada dari perancangan produk buku yang dibuat. Dan metode 5W1H digunakan dalam merancang buku, yang di dalamnya terdapat konten yang ada dalam komunitas, dari sejarah dan perkembangan, kegiatan, anggota, karya dan ilmu *lettering* di dalamnya.

### 3. Metode Perancangan

Dalam perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya yang mengusung ilmu dan pembelajaran tentang *lettering*, komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta nantinya akan berbentuk media cetak, buku dengan tampilan visual berupa *lettering* ini digunakan sebagai perwujudan lain dari tampilan buku yang menyuguhkan ilustrasi sebagai pendukung visualnya. *Lettering* yang dibuat akan dirancang seperti buku pada umumnya dalam hal ini sesuai dengan segala informasi dan pembelajaran yang ada mengenai seni *lettering* dan komunitas Surakarya. Dalam pengerjaannya karya ini akan dibagi menjadi 3 tahap yakni pengumpulan data, analisa data, perancangan buku dan promosi. Pada tahap pengumpulan data akan dilakukan wawancara, observasi, studi pustaka, dan penggalan dokumentasi mengenai *lettering* dan komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta. Pada tahap analisa data, akan dilaksanakan penggalan dan pengolahan data tentang komunitas, dari sejarah dan perkembangan komunitas *lettering*, struktur organisasi, kegiatan, hasil karya dan ilmu *lettering* dari komunitas (analisa 5W+1H) sebagai bahan dalam perancangan buku, kemudian analisa pasar, target *audiens*, keunggulan, kelemahan, peluang serta ancaman (analisa SWOT) sebagai bahan dalam

merancang strategi promosi. Pada tahap terakhir, yakni perancangan buku dan promosi akan dilaksanakan pembuatan naskah, pematangan konsep, *sketching*, digitalisasi, dan *layouting* buku. Kemudian akan dilaksanakan strategi promosi, pemilihan media, perancangan visual dan *merchandise*.

Adapun tahap dalam proses pengumpulan data akan dilaksanakan sebuah wawancara dan observasi ke lapangan guna melakukan riset lapangan dan pengumpulan data mengenai *lettering*, komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta dan pengumpulan dokumentasi dari kegiatan, karya maupun dokumentasi lainnya guna memperkuat data dari bahan yang terkumpul, serta studi pustaka sebagai referensi dan penguat dalam proses pembuatan buku *lettering* komunitas Surakarya yang ingin disuguhkan agar lebih informatif. Sebelum observasi dan wawancara akan dilaksanakan *briefing* terlebih dahulu dengan objek yang didatangi.

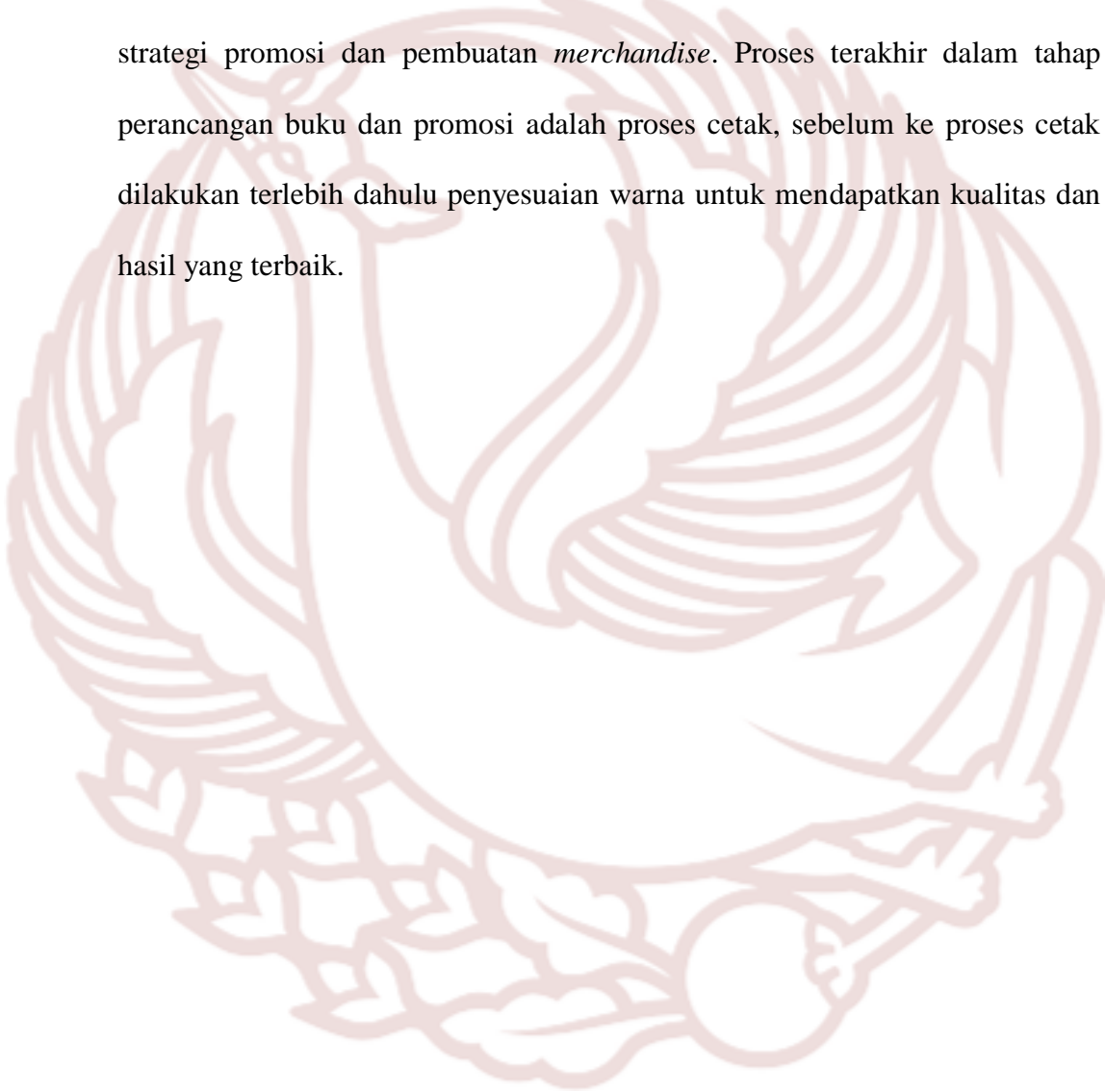
Pada tahap analisa data adalah akan dilaksanakan penggalian dan pengolahan data tentang komunitas Surakarya, dari sejarah dan perkembangan komunitas *lettering* struktur organisasi, kegiatan, hasil karya dan ilmu *lettering* dari komunitas melalui analisis 5W+1H sebagai bahan dalam perancangan buku, kemudian analisa pasar, target *audiens*, keunggulan, kelemahan, peluang serta ancaman melalui analisis SWOT sebagai bahan dalam merancang strategi promosi. Dan dari hasil yang telah terkumpul dan diolah dapat menjadi bahan dan pedoman dalam merancang buku yang diinginkan dan promosi seperti apa yang akan dirancang dan diterapkan.

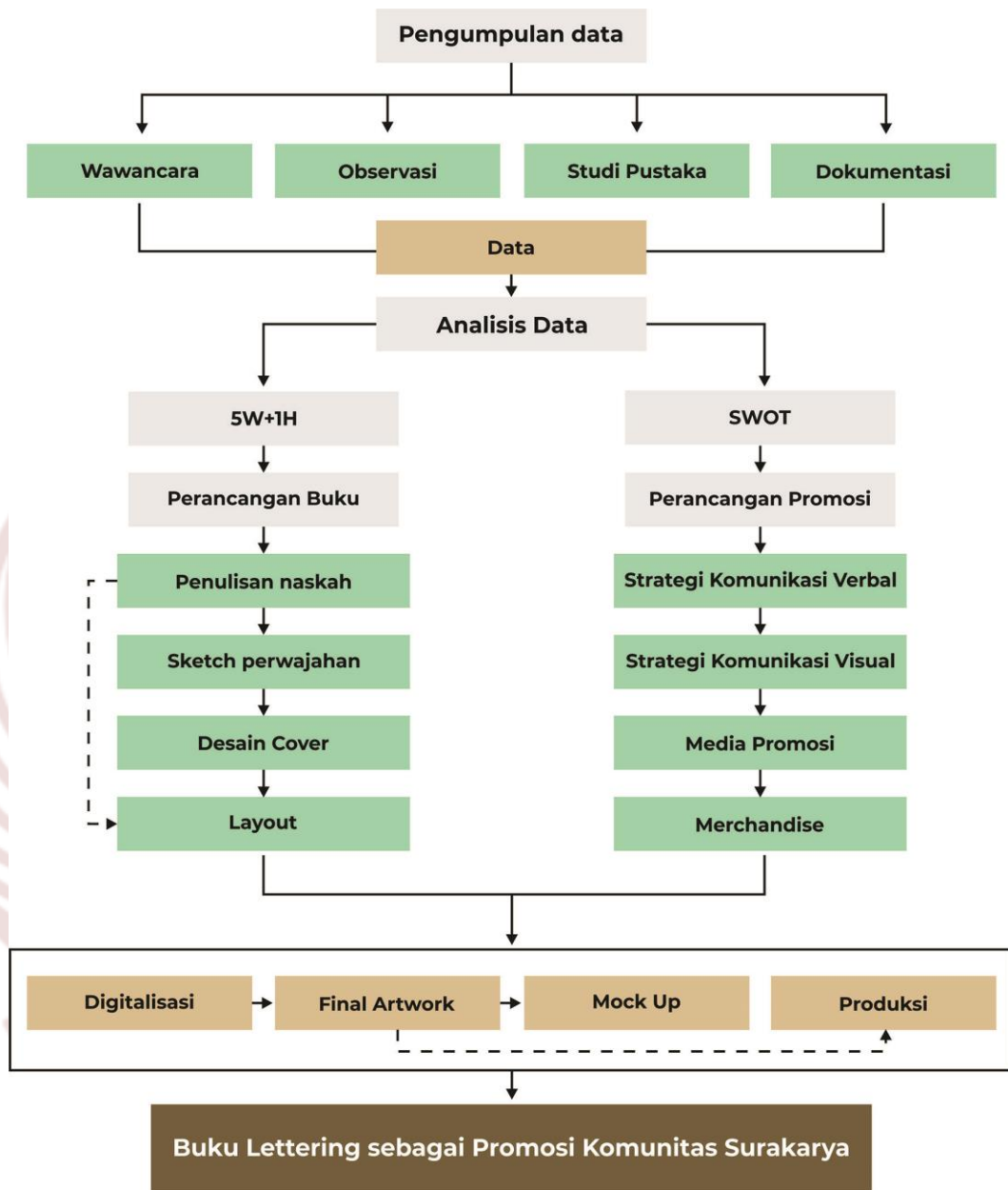


Dari analisis data yang telah dilaksanakan, masuk ke tahap penulisan naskah, perancangan *layout*, dan konsep desain tampilan visual *lettering* pada *cover* yang akan dibuat. Proses pertama adalah konsep muatan di dalam buku yang akan dibuat perbagian, menyesuaikan pada masing-masing konten yang ada, dari mengenai *lettering* dan perkembangannya, struktur anggota, karya, *tutorial* dan tentang komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta. Pada buku ini akan dititik beratkan pada tampilan *layout* mengenai *lettering* secara informatif, dokumentasi kegiatan, proses penciptaan karya *lettering* dan tampilan karya *lettering* komunitas Surakarya. Proses kedua adalah perancangan konsep visual dari *layout* dan *cover*, konsep visual dalam buku ini adalah berupa *layout* mengenai *lettering* yang ditampilkan secara informatif, sejarah dan segala informasi mengenai komunitas Surakarya, dari kegiatan, berbagai macam karya-karya dan proses berkarya yang diciptakan oleh anggota dan komunitas yang ada pada komunitas Surakarya. Dan pada *cover* akan dirancang dengan teknik *lettering*. Proses terakhir adalah konsep perancangan media promosi. Dalam proses ini akan dirancang beberapa media promosi dan *merchandise* seperti pembatas buku, stiker, pin, dan berbagai macam *merchandise* lainnya.

Pada tahap perancangan buku dan promosi masuk ke tahap proses *layouting* buku dan dilaksanakan setelah semua bahan dari observasi dan analisa data yang dilakukan terkumpul. Proses *layouting* buku dimulai dari beberapa tahap, dari perencanaan konsep, pengumpulan data, proses *digital* sampai proses *layouting* buku dengan data dan karya yang sudah dikumpulkan untuk menata perbagian konten yang ada dan teks sebagai pendukung informasi. Kemudian

dilakukan proses pembuatan *cover* buku menggunakan teknik *lettering* untuk memberikan tampilan yang lebih menarik bagi pembaca dan memberikan identitas visual dari perancangan *lettering* dan pemilihan warna yang tepat. Kemudian dari rancangan buku yang telah dibuat, dilakukan perancangan strategi promosi dan pembuatan *merchandise*. Proses terakhir dalam tahap perancangan buku dan promosi adalah proses cetak, sebelum ke proses cetak dilakukan terlebih dahulu penyesuaian warna untuk mendapatkan kualitas dan hasil yang terbaik.





Bagan 1. Skematika Perancangan  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## H. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui tentang gambaran umum tentang laporan tugas akhir karya ini, maka perlu dipaparkan sistematika sebagai berikut. :

Bab I Pendahuluan, menjelaskan latar belakang menyangkut hal-hal atau dasar-dasar yang diterapkan pada ide atau gagasan yang nantinya menjadi acuan

dalam pembuatan desain, rumusan masalah, tujuan penciptaan, manfaat penciptaan, tinjauan sumber penciptaan yang berisi hasil tinjauan karya yang dilakukan oleh orang lain, landasan penciptaan yang merupakan gambaran umum dari sisi secara keseluruhan materi pengantar karya tugas akhir, metode perancangan untuk mengolah data, serta sistematika penulisan.

Bab II merupakan studi lapangan untuk mendapatkan data tentang sejarah, aktivitas, dan profil anggota komunitas Surakarya melalui pengamatan, pendokumentasian, dan wawancara.

Bab III Konsep perancangan, menjelaskan tentang konsep dasar perancangan sebagai hasil dari proses pengolahan data, sehingga nantinya diharapkan lahir konsep atau gagasan sebagai patokan akan terciptanya sebuah desain yang baru. Dalam proses perancangan terdiri dari detail perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya yang dibuat, konsep dari promosi yang dilakukan, serta perancangan *merchandise* yang dibuat. Hasil karya tidak hanya dipaparkan secara deskriptif, tetapi juga dianalisis, dibahas, dan didiskusikan dengan mengaitkan pada tujuan awal penciptaan (ide atau gagasan), landasan penciptaan, dan proses kreatifnya.

Bab IV Pada bab ini berisi tentang deskripsi karya, menjelaskan tentang deskripsi dari perancangan karya yang dibuat secara menyeluruh, dari mulai konsep perancangan buku, *merchandise* yang dibuat, dan promosi yang dilakukan.

Bab V Penutup, menjelaskan tentang kesimpulan dari unsur-unsur yang berpengaruh dalam proses perancangan sehingga diketahui hal-hal yang menjadi alasan dalam menjadikan media promosi tersebut perlu untuk ditampilkan.

## BAB II

### KEBERADAAN KOMUNITAS SURAKARYA

Bagian ini merupakan hasil pengumpulan data lapangan yang meliputi: sejarah, kegiatan, struktur organisasi dan anggota, karya-karya anggota dan komunitas, serta proses berkarya dari para anggota komunitas Surakarya yang membentuk keberadaan komunitas Surakarya.

#### A. Sejarah Komunitas Surakarya

Sejak tahun 2016, *lettering* di Indonesia berkembang pesat dan memiliki peminat dan penggemar yang sangat besar. Hal ini ditunjukkan semakin banyaknya acara, bermunculnya para penggiat *lettering* di sosial media khususnya di Instagram dan juga mulai bermunculnya komunitas-komunitas *lettering* di setiap daerah di Indonesia. Adanya wujud eksistensi tersebut tidak lepas dari induk komunitas *lettering* di Indonesia, BelmenID dan Kaligrafina. BelmenID adalah akronim dari Belajar Menulis yang berawal dari sekelompok orang yang memiliki ketertarikan di bidang *lettering*, kaligrafi dan tipografi (dalam Anwar, jurnal tugas akhir, 2017:9) sedangkan Kaligrafina merupakan komunitas belajar kaligrafi dan *lettering*. BelmenID sendiri telah berkembang menjadi 30 komunitas di masing-masing daerah yang memiliki namanya masing-masing di seluruh Indonesia.

Di kota Surakarta sendiri terdapat satu komunitas yang menjadi wadah berkumpulnya para seniman kaligrafi dan *lettering* bernama Surakarya. Sebelum bernama Surakarya, nama dari komunitas ini adalah Belmen Surakarta sebagai komunitas belajar menulis *chapter* Surakarta yang kemudian berganti menjadi komunitas Surakarya, perubahan nama ini atas dasar inisiatif para *founder* untuk



mengangkat dan membedakan komunitas Belmen Surakarta dengan komunitas dari kota lainnya. Nama Surakarya ini dibuat oleh Fadhl, yang diambil dari “Surakarta” sebagai daerah domisili member komunitas dan “karya” yang berarti mengarah pada hasil dari sebuah seni. Dengan bergantinya nama tersebut, dibuatlah logo utama komunitas Surakarya yang telah dibuat dan dirancang oleh Wendy Wahyu selaku founder komunitas dan dibuat dengan teknik brush kaligrafi.



Gambar 1. Logo Komunitas Surakarya  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

Surakarya lahir pada 31 Oktober 2014 di Surakarta, komunitas ini awalnya hanya terdiri dari 5 orang anggota yang menjadi cikal bakal terbentuknya komunitas Surakarya, yaitu Alib Isa, Wendy Wahyu, Fadhl, Taufik Anwar dan Martile, yang kemudian berkembang pesat dengan memiliki kurang lebih 50 anggota dengan 20 anggota yang masih aktif. Dalam komunitas ini terdapat anggota-anggota dari berbagai macam latar belakang yang berbeda, dari anak sekolah, mahasiswa sampai pekerja dan dari asal yang berbeda-beda pula.

## B. Kegiatan

Komunitas Surakarya memiliki berbagai macam kegiatan, dari kegiatan rutin seperti kegiatan belajar menulis bersama dalam satu forum tertentu, *event* tahunan, sampai kegiatan-kegiatan yang tergabung dalam organisasi ataupun komunitas lain. Seperti salah satunya kegiatan yang paling besar adalah pameran bernama Pitutur Becik. Adapun agenda-agenda lainnya yang juga dilaksanakan oleh komunitas Surakarya, yaitu *Pen Meet Up*, Belcor. *Lettering Camp*, gelar karya, Surakarya *Beach Camp*, Ngangsu Kaweruh, *Event*, *Creative Sharing* dan *Workshop*.

### 1. Pitutur Becik

Surakarya aktif mengadakan berbagai acara sebagai bentuk kegiatan yang mereka lakukan, dan salah satunya yang paling besar adalah pameran bernama *Pitutur Becik*. Acara pameran *Pitutur Becik* pertama kali diadakan di Balai Soedjatmoko yang bertempat di Surakarta, acara ini merupakan ajang pameran tahunan yang dilaksanakan oleh Surakarya perdana di tahun 2016. Acara yang dilaksanakan pada tanggal 16 April – 22 April 2016 ini merupakan pameran karya seni 7 sifat kebaikan dan karya-karya kecil yang berisi *quote* motivasi, dimana tema dari pameran ini sendiri adalah “*Pitutur Becik*”, yang memiliki arti tujuh nasihat baik. Nama tema dari Pitutur Becik ini sendiri dapat juga diartikan sesuai dengan penggalan kata dari Pitu Tur Becik yang memiliki arti Tujuh dan Baik, dimana tujuh kebaikan tersebut terinspirasi dari tujuh nasihat utama mengenai *attitude* diri dan sikap yang baik dalam berinteraksi dengan sesama, tujuh nasihat tersebut antara lain; percaya diri, sabar, rendah

hati, amanah ketekunan, keberanian, dan memaafkan. Tujuh nasihat baik ini diwujudkan dalam bentuk *quote* yang masing-masing ditulis di atas sebuah media besar dengan berbagai gaya *handlettering* dan kaligrafi dari para anggota terpilih, dimana inti dari konsep pitutur becik ini adalah membalut nasihat-nasihat yang indah dengan tampilan dan karya seni yang indah pula.

Dalam ajang pameran tahunan ini, tidak hanya menyelenggarakan pajang karya saja, namun juga diadakan *pen meet up*, *workshop* dengan berbagai macam tema yang di mentori langsung oleh para anggota Surakarya, serta di isi juga dengan sesi *creative sharing* oleh para narasumber dari komunitas Surakarya. Selain itu dalam pelaksanaannya, event pameran yang di selenggarakan oleh komunitas *Hand lettering* ini tidak hanya sebagai ajang pajang karya dan berbagi ilmu, namun dalam acara ini juga bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas, khususnya kota Surakarta tentang bidang seni kaligrafi dan *hand lettering*.

Di dalam ajang pameran ini, selain menampilkan 7 karya besar hand lettering dan kaligrafi, juga terpajang karya-karya dari para anggota tentang quote-quote inspiratif dengan berbagai gaya *handlettering* dan kaligrafi, mulai dari *brush calligraphy*, *copperplate*, *blackletter*, *watercolor*, dan berbagai macam gaya *handlettering* lainnya. Berbagai macam karya yang di aplikasikan pun turut dipamerkan seperti kaos, stiker, hiasan dinding, bantal, gelas, poster dan berbagai macam media lainnya.



Gambar 2. *Event Pameran Tahunan Pitutur Becik Komunitas Surakarya*  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

## 2. *Pen Meet Up*

Salah satu kegiatan lainnya yang diadakan komunitas Surakarya adalah *Pen Meet Up*, kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yang diadakan oleh komunitas setiap satu atau beberapa bulan sekali yang diadakan dengan cara tersusun dan terstruktur, dimana para anggota terutama para pengurus berperan dalam terselenggaranya kegiatan *pen meet up* ini.

Dalam kegiatan *Pen Meet Up*, komunitas mengadakan *creative sharing* dan *workshop* dengan skala yang lebih luas dan umum, dimana siapapun yang memiliki ketertarikan untuk belajar *hand lettering* dan kaligrafi diperbolehkan untuk mengikuti kegiatan. Dalam kegiatan *creative sharing* ataupun *workshop*, tidak hanya para anggota komunitas yang sudah berpengalaman dan *expert* di bidang *hand lettering* dan kaligrafi saja yang menjadi mentor atau narasumber, namun kegiatan ini juga melibatkan seniman-seniman *hand lettering* dan kaligrafi di luar komunitas Surakarya, bahkan secara kondisional *Pen Meet Up* diadakan ketika ada seniman *hand lettering* ataupun teman-teman dari komunitas kota lain yang sedang berkunjung ke komunitas Surakarya. Di



samping itu, kegiatan ini juga menjadi sebuah syarat keanggotaan, dimana siapapun yang memiliki ketertarikan di bidang *hand lettering* dan kaligrafi dan ingin bergabung dengan komunitas Surakarya serta menjadi anggota harus mengikuti *Meet Up* sejumlah 3 kali, setelah 3 kali mengikuti *Meet Up* akan menjadi anggota.



Gambar 3. Kegiatan *Pen Meet Up* Memperingati Hari Pahlawan  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

### 3. **Belcor atau Belmen Corner**

Surakarya memiliki kegiatan rutin yang diadakan setiap seminggu sekali yang bernama Belcor (*Belmen Corner*), istilah Belcor muncul karena kegiatan ini pertama kali diadakan pada sudut pojok ruangan sebuah *cafe* yang ada di Surakarta bernama *playground* yang digunakan oleh komunitas Surakarya untuk mengadakan kegiatan Belcor. Kegiatan ini diadakan rutin setiap hari Selasa dari jam 17.00 sampai selesai. Kegiatan belcor ini selalu diadakan oleh para anggota untuk saling bertukar pikiran seputar *hand lettering* dan kaligrafi, disini juga



kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah belajar menulis bersama, melatih *skill* dari masing-masing anggota dan sebagai ajang saling bertemu menjalin silaturahmi antar anggota, bahkan ada juga yang sambil meluangkan waktu untuk mengerjakan projek karya *hand lettering*. Dalam kegiatan Belcor berbeda dengan pen meet up yang dilaksanakan secara terstruktur dan terbuka, dalam kegiatan Belcor yang dilakukan lebih fleksibel dan bebas namun masih dalam konteks dalam komunitas di bidang *hand lettering* dan kaligrafi. Serta kegiatan belcor sifatnya terbuka untuk umum dimana siapapun diperbolehkan untuk bergabung, berkenalan dan belajar bersama, namun jika ingin menjadi anggota harus mengikuti *Pen Meet Up* terlebih dahulu sebanyak 3 kali.



Gambar 4. Kegiatan Belmen Corner di Playground Solo  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

#### 4. *Lettering Camp*

Salah satu kegiatan atau agenda tahunan lainnya yang dilaksanakan oleh komunitas Surakarya adalah *Lettering Camp*. *Lettering* yang memiliki arti tulisan indah, dan *Camp* yang berarti berkemah, kegiatan ini berkonsep dimana komunitas melakukan kegiatan berkumpul dan berkemah atau menginap di suatu tempat bersama seluruh anggota komunitas dan melakukan berbagai macam

kegiatan selama acara berlangsung, dari belajar menulis bersama, *sharing* ilmu dan pengalaman personal maupun *team* dalam mengerjakan proyek, olah raga, makan bersama, *barbeque*, ngobrol santai, *game*, dan lain sebagainya. Agenda *Lettering Camp* ini pertama kali di inisiasi oleh para anggota komunitas Surakarya, dimana acara ini diadakan pada tanggal 4-5 Februari 2017 selama satu hari dua malam di bumi perkemahan Sekipan, Tawangmangu, Jawa Tengah. Dalam kegiatan acara *Lettering Camp* yang pertama ini, diadakan secara lebih intim karena hanya melibatkan antar anggota dalam satu komunitas saja, sehingga kegiatannya di isi secara lebih intim seperti *sharing* bersama antar anggota dan evaluasi kegiatan dan kepengurusan komunitas dalam 1 tahun terakhir, dengan tujuan untuk merencanakan agenda-agenda komunitas selanjutnya, serta mengetahui dan mengenal secara lebih dekat para anggota lama maupun yang baru menjadi anggota komunitas Surakarya.

Kemudian pada tahun berikutnya acara *Lettering Camp* ini berkembang menjadi sebuah acara besar tahunan komunitas Belmen se-Jawa Tengah dan Jogjakarta yang diadakan oleh komunitas Salatypega, Belmen chapter kota Salatiga di *Camping Ground* Pinus Cuntel, Salatiga pada tanggal 22-23 September 2018. Bahkan acara *Lettering Camp* kembali akan diadakan pada tanggal 28-29 September tahun 2019 dengan skala yang lebih besar yang akan diadakan di Malang, Jawa Timur oleh komunitas Lettering Malang, Belmen chapter kota Malang.



Gambar 5. Kegiatan *Lettering Camp* pertama  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

### 5. **Surakarya Beach Camp**

Salah satu kegiatan lain dari komunitas Surakarya yang dilaksanakan secara serentak oleh seluruh anggota komunitas, dimana kegiatan ini merupakan salah satu agenda tahunan yang diadakan oleh Surakarya yaitu *Surakarya Beach Camp*. Agenda ini merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 14-15 Mei 2016 di salah satu pantai di daerah Pacitan bernama pantai Buyutan. Agenda ini sendiri merupakan salah satu agenda dari *Lettering Camp*, selain itu *lettering beach camp* ini merupakan sebuah agenda yang bertujuan sebagai sebuah perayaan dan *refreshing* setelah melaksanakan rentetan kegiatan besar pameran “*Pitutur Becik*” selama hampir 7 hari di Balai Soedjatmoko, Surakarta. Agenda ini berlangsung selama satu hari dua malam dimana para anggota mendirikan beberapa tenda dan berkemah di tempat perkemahan yang tidak jauh dari bibir pantai Buyutan. Kegiatan diisi dengan bakar api unggun, *barbeque*, ngobrol santai sampai *sharing session* seputar dunia *Lettering*. Dalam acara tersebut juga terdapat sesi evaluasi tentang kegiatan pameran Pitutur Becik yang telah sukses dilaksanakan oleh komunitas Surakarya sebelumnya.



Gambar 6. Kegiatan Surakarya *Beach Camp* di Pantai Buyutan, Pacitan  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

#### 6. Surakarya *Ngangsu Kaweruh* (Menimba Ilmu)

*Ngangsu Kaweruh* merupakan salah satu kegiatan komunitas Surakarya yang diadakan oleh para anggota guna menimba ilmu dan menjalin silaturahmi antar komunitas lain di luar kota Solo. Kegiatan *Ngangsu Kaweruh* ini memiliki makna dalam Bahasa Indonesia yaitu menimba ilmu. Sesuai dengan namanya, kegiatan ini sendiri memiliki tujuan utama yaitu untuk menimba ilmu mengenai dunia *lettering*, mengenal lebih jauh tentang tokoh yang sudah dikenal dan profesional di dunia *lettering* secara langsung, serta mendapatkan sudut pandang baru dan berbeda dari komunitas lain maupun tokoh yang bergerak di bidang tersebut. Kegiatan ini sendiri tidak hanya komunitas Belmen dari luar kota saja yang menjadi target utamanya, namun industri-industri kreatif yaitu studio yang bergerak di bidang *lettering* dan desain juga menjadi target lain untuk disambangi.

Kegiatan *Ngangsu Kaweruh* yang dilaksanakan oleh komunitas Surakarya ini pertama kali diadakan pada hari Sabtu, 5 Desember 2015 bertempat di kedai kolega, dagadu djogdja, Yogyakarta. Yogyakarta menjadi kota pertama yang disambangi oleh komunitas Surakarya dalam merealisasikan



agenda tahunan kegiatan *Ngangsu Kaweruh*. Dalam kegiatan ini, komunitas Surakarya bertemu dengan Bapak A Noor Arief, pemilik Dagadu Djogdja, berbicara tentang ide dan bisnis kreatif, serta bertemu dan berkenalan dengan teman-teman komunitas Belmen Jogja, Jogjacreatype. Lalu di tahun 2016, pada tanggal 12-14 Februari, komunitas Surakarya kembali menggelar kegiatan *Ngangsu Kaweruh* di kota Bandung. Pada kegiatan kali ini, Surakarya tidak hanya bertemu dengan komunitas Belmen Bandung saja, namun juga Kaligrafina dari kota Jakarta dan komunitas kota lainnya yang datang untuk mengadakan *Meet Up* dengan skala besar. Bertempat di *Coandcospace*, kegiatan *ngangsu kaweruh* dan *Meet Up* ini diadakan beberapa *sharing session*, yaitu *sharing session* oleh komunitas Surakarya tentang pengalaman, perjalanan dan perkembangan *Lettering* di kota Solo, *Sharing session* oleh Ilham Herry dari komunitas Bandung Menulis tentang proses *Lettering* mulai dari *sketch* sampai hasil akhir, teknik *Flourishing* oleh Erwin Indrawan dari Kaligrafina, serta sesi *chalklettering* bersama-sama menghias dinding bersama komunitas Bandung Menulis. Kemudian di tahun 2018, *Ngangsu Kaweruh* kembali diadakan di kota yang sama yaitu di kota Bandung. Dalam kegiatannya, komunitas Surakarya dengan 7 anggotanya bertemu dengan beberapa teman-teman dari komunitas Belmen Bandung Menulis, lalu dilanjut dengan menyambangi beberapa studio yang bergerak di bidang Desain dan *Lettering*, seperti Rawtype Riot yang dimiliki oleh Decky Sastra, seorang *freelancer designer* dan *sign-painters*. Kemudian di lanjut mengunjungi studio Monoponik, salah satu studio yang bergerak di industri desain grafis yang berdomisili di kota Bandung.





Gambar 7. Kegiatan *Ngangsu Kaweruh* Dagadu, Jogjakarta  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

## 7. *Event*

Untuk kegiatan lainnya, komunitas Surakarya sering mengikuti dan juga di undang dalam berbagai macam *event* khususnya yang ada di kota Solo, seperti *event* pameran yang diadakan di berbagai kampus dan salah satunya *pra-event* pameran DKVACT dari ISI Surakarta. Lalu *event* yang diadakan dalam rangka menyambut ulang tahun salah satu *cafe* yang cukup dikenal di Solo yaitu *Playground cafe* Solo yang bertema Solo Hari Ini, yang dihadiri pula oleh berbagai macam komunitas yang ada di kota Solo. Adapula *event* yang diadakan oleh *Public Space* Cangwit dalam rangka *Soft Opening Creative Space* dimana diadakan pameran serta menggambar dan menulis bersama. Kemudian *event* *Jakartspirasi* yang diadakan oleh *Suarartspace*, sebuah galeri seni yang ada di Jakarta. Lalu ada juga *event Burn Out* Solo yang diadakan di Solo baru, dalam acara tersebut Surakarya mengisi *stand* yang telah dipersiapkan oleh pihak panitia dan disana komunitas Surakarya menggelar *mini workshop*. Lalu ada *YOT* Solo yang mengadakan *YOT Class lettering* bersama Surakarya, dimana dalam kegiatan ini diadakan kelas belajar tentang *lettering*.

Dalam *event* yang lebih besar, komunitas Surakarya ikut andil dalam

meramaikan pameran karya *Hand Lettering* “Di Antara Jeda” yang diadakan oleh Kaligrafina bersama BelmenID yang dihadiri oleh komunitas yang ada di seluruh Indonesia. *Event* ini diadakan pada tanggal 18 Maret – 21 Maret 2017 di *Japan Foundation* Jakarta. Dalam *event* ini tidak hanya diadakan ajang pameran karya *Hand Lettering* saja, namun ada juga *talkshow* dan *workshop* tentang aksara. Kemudian *event* besar kedua, komunitas Surakarya mengadakan kegiatan gelar karya, kegiatan *mini exhibition* dan *fundraising day* yang diadakan pada tanggal 28 Januari 2017 di *Playground* Solo, dimana masyarakat luas dapat menghadiri, melihat dan dapat membeli hasil karya dari para anggota komunitas yang terpajang pada acara tersebut. Pada event besar selanjutnya, komunitas Surakarya menggelar acara penggalangan dana berbasis karya dengan judul “Aksara untuk Bersama” yang diadakan pada tanggal 5 – 6 Oktober 2018 atas kerjasama dengan Muara Market dan PMI Solo dalam rangka membantu masyarakat yang terkena bencana gempa dan tsunami di Palu-Donggala, Sulawesi. Kegiatan ini diisi dengan lelang karya, menjual berbagai *merchandise*, jasa desain logo dan menggambar pada media kaos dan jaket.



Gambar 8. *Event Burn Out* Solo  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

## 8. *Creative Sharing dan Workshop*

Dalam menyalurkan minat bakat, ilmu serta memperkenalkan tentang *lettering* atau menulis indah di kota Surakarta, komunitas Surakarya hampir di setiap kegiatannya terdapat sesi *creative sharing* dan *workshop*, bahkan kegiatan ini digelar secara tersendiri khusus pada satu waktu tertentu di luar kegiatan lainnya seperti *meet up* maupun pameran. Kegiatan *Creative Sharing* maupun *Workshop* yang digelar oleh komunitas Surakarya diisi dengan berbagai macam kegiatan seperti *sharing* pengalaman, praktek dan belajar bersama, serta belajar berbagai macam ilmu mengenai seni menulis indah *handlettering* lainnya oleh para *expert* di bidang seni *lettering*. Berikut kegiatan *creative sharing* dan *workshop* yang telah dilaksanakan oleh komunitas Surakarya:

- 1) *Creative sharing* bersama Taufik Murtono dan Ipung Kurniawan
- 2) *Creative sharing* bersama Misterdoodle
- 3) *Creative sharing Decorative Lettering* bersama Alib Isa
- 4) *Creative sharing "Know Your Value"* bersama Surakarya
- 5) *Workshop lettering* bersama Surakarya
  - a. *Workshop Chalk Lettering* bersama Alib Isa dan Adit Setiyawan
  - b. *Workshop Brush Calligraphy* bersama Exsan dan Iqbal
  - c. *Workshop Blackletter* bersama Abrazen dan Rizazul
  - d. *Workshop Modern Calligraphy* bersama Insannita dan Lina
  - e. *Workshop Floral Watercolor* bersama Arifah Insanni
  - f. *Workshop Lettering on wood* bersama Surakarya
- 6) *Workshop sketch to digital* bersama Akufadhl

- 7) *Workshop “Drawing good paths”* bersama Akufadhl
- 8) *Creative sharing dan Workshop* bersama Kaligrafina dan BelmenID
- 9) *Workshop dan Creative Sharing* personal branding bersama Talenta Priyatmojo, Iqbal dan Tatuk Marbudi.
- 10) *Creative Sharing Pinstriping* bersama Danny Hacka



Gambar 9. *Creative Sharing dan Workshop Font* bersama Akufadhl  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

### **C. Struktur Organisasi dan Anggota**

#### **1. Struktur Organisasi**

Dalam pembentukannya, sebuah komunitas khususnya komunitas Surakarya tidak lepas dari sebuah struktur organisasi kepengurusan, dimana sebuah organisasi kepengurusan menjadi sebuah pondasi utama terbentuknya komunitas. Selama 5 tahun berdirinya komunitas Surakarya, sistem kepengurusan komunitas ini sudah mengalami beberapa kali pergantian dan perombakan struktur organisasi. Selama beberapa kali pergantian kepengurusannya, terdapat beberapa nama baru dan lama yang telah ikut andil dalam menjalankan tugasnya di setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh komunitas Surakarya. Hal ini menjadi sebuah penyegaran di dalam struktur



organisasi kepengurusan serta menjadi kesempatan bagi seluruh anggota dalam komunitas untuk terlibat di setiap kegiatan yang dilaksanakan. Selama beberapa kali pergantian kepengurusan, berikut struktur organisasi terbaru komunitas Surakarya:



Gambar 10. Struktur Organisasi Surakarya  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

## 2. Founder

Komunitas Surakarya terbentuk dari ideologi dan pemikiran 5 orang seniman yang tertarik dalam dunia *lettering*. Dengan latar belakang dan asal yang berbeda, kelima orang ini yaitu Alib Isa, Abrazen, Wendy Wahyu, Fadhli, dan Martile, memutuskan untuk mendirikan sebuah komunitas pecinta dan



penggiat seni *lettering* yang ada di Solo dengan nama Surakarya. Nama Surakarya ini sendiri berasal dari pemikiran Fadhl yang sebelumnya nama tersebut akan digunakan untuk nama sebuah projek pribadi miliknya yang kemudian menjadi nama yang disepakati untuk menjadi sebuah nama komunitas pecinta dan penggiat seni *lettering* di Surakarta. Berikut data *founder* komunitas Surakarya:



Gambar 11. *Founder* Komunitas Surakarya  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

### 3. Anggota

Selama 5 tahun berdiri, komunitas Surakarya yang awalnya terdiri dari 5 anggota, sekarang berkembang pesat menjadi hampir 50 anggota dengan 20 anggota yang masih aktif. Anggota yang memiliki latar belakang yang berbeda, memiliki visi dan misi, tujuan serta hobi yang sama untuk belajar bersama dan lebih mendalami ilmu *lettering* dalam komunitas Surakarya. Dalam komunitas, para anggota diharapkan untuk terus berkembang, terus belajar dan berlatih sehingga para anggota tidak hanya bergabung dalam komunitas hanya sekedar sebagai ajang berkumpul para penggiat dan memiliki hobi yang sama, namun

juga diharapkan menjadi sebuah manfaat bagi anggota secara pribadi. Namun peran anggota dalam komunitas diharapkan tidak hanya sampai di situ saja, akan tetapi diharapkan anggota dapat menjadi sebuah pondasi kuat yang mampu memberikan manfaat dan membuat komunitas terus menunjukkan keeksistensiannya, serta mendukung setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Dalam sebuah perolehan data yang dilakukan, berikut nama-nama anggota yang ada dalam komunitas Surakarya:

### **Anggota Komunitas Surakarya**

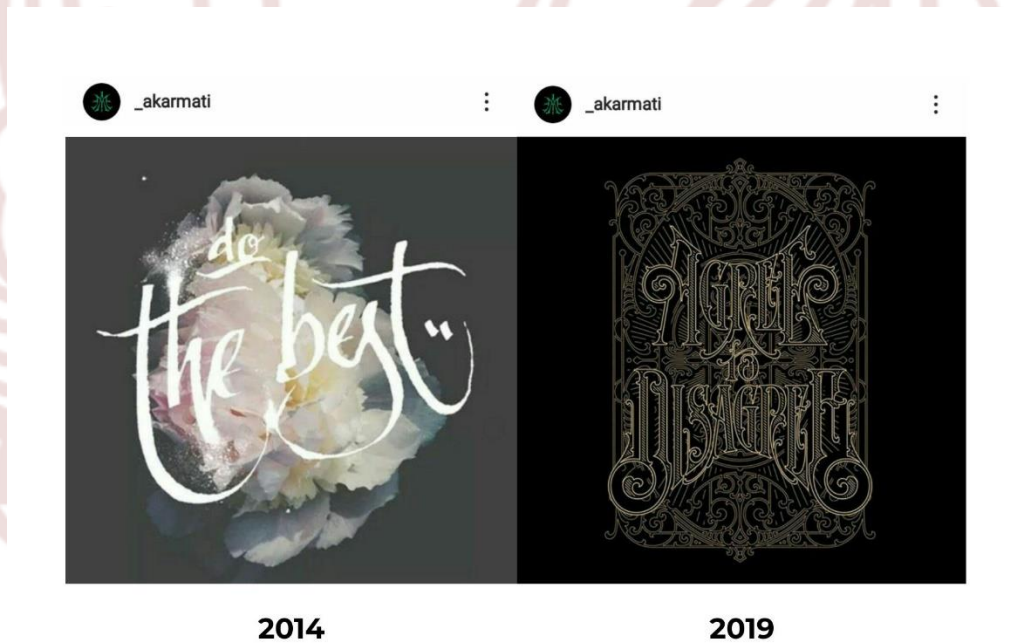
Alib Isa	Adit Setiawan	Andies Maftu Khanan
Taufik Anwar	Muchammad Afan N	Andrea Bayu Ardhiawan
Fadhil Haq	Attika Puspa Aji	Ariefah Rahmawati
Wendy Wahyu	Dony	Bilawa Loret Wurung
Rudy Setiawan	Amay	Aulif Angga Zakariya
Ajun Jefriyanto	Lovita Dianing S	Muhammad Fahmi Zuhri R
Talenta Priyatmojo	Tyo Raga	Hanik Farida
Anggreini Pratiwi	Solechan	Retia Kartika Dewi
Insannita Muthiah S	Zulfian Rahman	Risqi Bambang Irwansyah
Rosalia Destarisa	Aan Chandra	Arnindya Afifah Urfan
Witoko Aji L	Tanti Nur Khasanah	Ika muthi'ah
Ig rinda yuda wardana	Jaya	Aath Adhe Mawandy
Iqbal	Anang Widodo	Aditya Rudy Ananda
Maria Christina Ayu R	Hilmi Mukaffi Hardiansyah	Syarifuddin
Jundi Al Faruq	Antonio Vieri	David pramono
Adventio Diyar Prihardianto	Satrio Aji	Reno Abdurrahman
Mohammad Eksanto	Ahsan Al adnani	

Gambar 12. Daftar Anggota Komunitas Surakarya  
(Sumber: Komunitas Surakarya)

### **D. Proses Cipta Karya**

Komunitas Surakarya sejak berdirinya di tahun 2014 memiliki perkembangan jumlah anggota yang cukup tinggi, seiring perkembangan jumlah

anggota tersebut, mulai bermunculan bakat-bakat dan *skill* yang berkembang di saat para anggota bergabung dan mulai belajar lebih jauh tentang seni *lettering*. Dengan memiliki anggota yang masih pemula dalam belajar *lettering* sampai anggota yang sudah *expert* di bidang *lettering*, hal ini menunjukkan bahwa komunitas Surakarya berperan penting dalam perkembangan minat bakat serta *skill* para anggotanya. Dalam perkembangan tersebut, berikut contoh karya dari salah satu anggota komunitas Surakarya yang telah berkembang selama menjadi anggota komunitas Surakarya:



Gambar 13. Progress Karya Ruddy Setiawan  
(Sumber: Ruddy Setiawan)

Dalam berkarya, tentu saja karya yang telah diciptakan oleh para anggota yang telah *expert* di bidang *lettering* tidak hanya dilihat dari kualitas karyanya saja, namun bagaimana cara para anggota dalam berfikir dan mencari ide, melihat dari berbagai sudut pandang, dan semakin luasnya wawasan mengenai ilmu *lettering* juga menjadi tolak ukur bagaimana perkembangan para anggota selama menjadi

anggota komunitas. Dari hal tersebut, proses dalam menciptakan sebuah karya menjadi hal penting untuk dicermati tidak hanya oleh satu anggota saja, namun juga oleh para anggota lain dan juga masyarakat luas untuk lebih mengetahui bagaimana proses dalam menciptakan sebuah karya *lettering* dan menjadi wawasan dan ilmu baru yang bermanfaat untuk dibagikan. Salah satu anggota bernama Ruddy Setiawan yang telah berkembang selama menjadi anggota dalam komunitas dan menjadi anggota yang *expert* di bidang *lettering*, menjadi contoh bagaimana proses anggota tersebut dalam menciptakan karya *lettering*. Berikut contoh dari proses penciptaan karya *lettering* oleh Ruddy Setiawan:

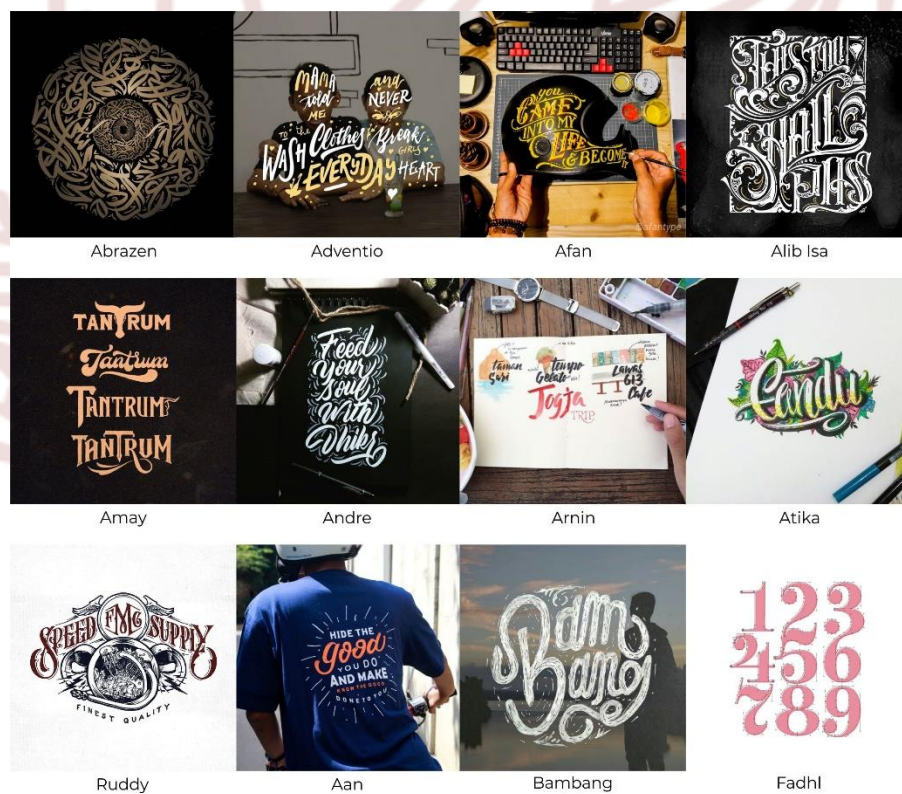


Gambar 14. Proses Karya Ruddy Setiawan  
(Sumber: Ruddy Setiawan)



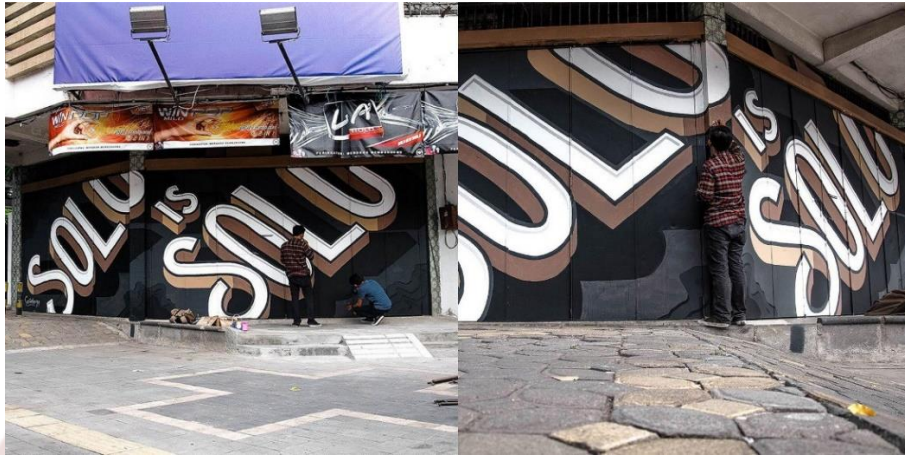
## E. Karya

Komunitas Surakarya selama hampir 5 tahun berdiri, telah melahirkan para anggota dengan berbagai macam karya yang bervariasi dan berkualitas, dari karya-karya pada media kertas, kain, kayu, besi sampai tembok. Selain karya yang dihasilkan oleh anggota komunitas, komunitas Surakarya juga memiliki beberapa karya yang dibuat bersama-sama oleh komunitas yang dapat dijumpai di beberapa tempat di area kota Surakarta, seperti di jalan tertentu yang ada di kota Surakarta, *cafe* dan tempat lainnya. Sebagai komunitas penggiat seni *lettering* di kota Surakarta, berikut karya-karya dari para anggota Surakarya:



Gambar 15. Karya Anggota Komunitas Surakarya  
(Sumber: Komunitas Surakarya)





Gambar 16. Karya Bersama Komunitas Surakarya  
(Sumber: Talenta Priyatmojo, 2018)



Gambar 17. Karya Bersama Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ruddy Setyawan, 2018)



Gambar 18. Karya Bersama Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ruddy Setyawan, 2018)



Gambar 19. Karya Bersama Komunitas Surakarya  
(Sumber: Komunitas Surakarya, 2016)

#### F. Analisis Data Pustaka Komunitas Surakarya

Komunitas Surakarya merupakan sebuah komunitas *lettering* dan kaligrafi *chapter* Surakarta dan termasuk komunitas *lettering* yang berdiri paling awal dari komunitas *lettering* kota lainnya. Surakarya lahir pada 31 Oktober 2014 di Surakarta, komunitas ini awalnya hanya terdiri dari 5 orang anggota yang menjadi cikal bakal terbentuknya komunitas Surakarya, yaitu Alib Isa, Abrazen, Wendy Wahyu, Fadhl dan Tile, yang kemudian berkembang pesat menjadi 60 lebih anggota. Surakarya juga aktif mengadakan acara sebagai bentuk kegiatan yang mereka lakukan, seperti Pameran Pitutur Becik, *Pen Meet Up*, *Belmen Corner*, *Lettering Camp*, Surakarya Ngangsu Kaweruh, *Event* seperti *Burn Out*, serta *Chreative Sharing* dan *Workshop*. Dan dari anggota yang ada, Surakarya secara tidak langsung juga memiliki kumpulan karya yang telah dibuat oleh para anggotanya.

Walaupun menjadi salah satu komunitas yang berdiri paling awal dan menjadi komunitas *lettering* yang aktif dan sangat dikenal di kalangan komunitas

di Indonesia dengan memiliki banyak anggota serta memiliki berbagai macam kegiatan, komunitas Surakarya belum memiliki sebuah media untuk memvisualkan, mengumpulkan dan menampilkan segala bentuk kegiatan, ilmu dan karya yang ada pada komunitas Surakarya, maka pemilihan buku akan tepat untuk menjadi sebuah media dalam memvisualkan dan mengemas komunitas Surakarya dalam wujud buku.

Pengambilan analisis SWOT ini diambil guna mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada dalam produk buku komunitas Surakarya, dan sebagai strategi promosi yang akan dirancang dari data yang terkumpul. Hal ini menjadi sebuah perhatian karena produk ini akan menjadi sebuah produk buku pertama yang akan dibuat oleh komunitas *lettering* yang ada di Indonesia. Sedangkan metode 5W1H guna mengetahui karakteristik komunitas Surakarya dan produk buku yang dirancang, serta pengumpulan bahan dan materi yang akan diolah guna merancang buku dari data yang terkumpul. Sehingga dalam mencari identitas visual produk dan perancangan produk buku tidak terhambat. Berikut analisis SWOT dan 5W1H produk buku komunitas Surakarya:

#### 1. Analisis SWOT:

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis (Suryatama 2014, 26). Dari analisis SWOT ini akan terlihat seperti apa produk di pasar, dan strategi apa yang akan dilakukan. Berikut penjabarannya.



**a. *Strenght* (Kekuatan)**

Analisis dari komponen pertama yang digunakan dalam analisis SWOT ini akan melihat kondisi atau situasi apapun yang dinilai sebagai kekuatan dari sebuah perusahaan untuk meningkatkan segmentasi pasarnya (Elyarni 2016). Kemampuan yang menjadikan modal dasar dari perancangan buku *lettering* dalam meningkatkan komunitas Surakarya serta bentuk kemampuan untuk dapat berkompetisi dengan produk buku-buku *lettering* yang ada di Indonesia maupun buku *lettering* skala internasional.

Kekuatan dari buku *lettering* ini adalah tampilan visual berupa *lettering* yang disuguhkan dari anggota-anggota komunitas Surakarya akan mampu menjadi daya tarik tersendiri, dan konten yang ada mengenai *lettering* yang masih jarang ditemui di Indonesia dapat memberikan ilmu tentang *lettering* secara informatif.

**b. *Weakness* (Kelemahan)**

Selanjutnya yang menjadi komponen utama dalam SWOT adalah kelemahan. Hal ini diartikan sebagai analisis terhadap kondisi atau situasi apapun yang menjadi kelemahan perusahaan. *Weakness* atau kelemahan adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi. *Weakness* merupakan faktor *internal* yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya (Suryatama 2014, 26)

Tidak mutlak dengan semua kemampuannya. Perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya juga mempunyai bagian kekurangan.

Kelemahan dari buku *lettering* ini secara global adalah masih kurangnya bentuk promosi yang akan dirancang dan kurangnya pemanfaatan teknologi sebagai media promosi seperti media sosial, karena komunitas Surakarya hanya menggunakan Instagram sebagai media sosial utama. Dan secara internal adanya kelemahan pengelolaan di komunitas dalam mengerjakan buku. Karena kemampuan dalam mengelola komunitas yang terdiri dari banyak anggota menjadi penghambat dalam mengerjakan buku, serta kurangnya pengertian terhadap kaidah-kaidah keilmuan *lettering*.

**c. *Opportunity* (Peluang)**

Dalam analisis SWOT selanjutnya juga menganalisis kondisi yang memberikan kesempatan bagi perkembangan perusahaan. *Opportunity* atau kesempatan adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi organisasi atau program individu untuk memanfaatkannya (Suryatama 2014, 27)

Peluang dari buku ini adalah menjadi media yang mampu mengangkat dan memperkenalkan komunitas *lettering* Surakarya di kota Surakarta, dan mampu membangkitkan kembali minat belajar *lettering* kepada masyarakat Indonesia. Serta tampilan visual yang disuguhkan berupa *lettering* akan menjadi daya tarik tersendiri bagi penikmat buku, dengan tampilan visual yang singkat jelas, padat dan informatif. Penerapan *lettering* komunitas Surakarya pada sebuah buku yang mengangkat nilai dan makna pada kata yang diciptakan akan menjadi nilai lebih dari buku-buku lainnya. Bahkan dengan masih sedikitnya keluaran buku komunitas *lettering* di Indonesia ini



juga menjadi sebuah peluang yang besar dalam mempromosikan buku komunitas ini. Promosi yang dilakukan oleh komunitas Surakarya juga akan memiliki kekuatan lebih, karena melalui antar komunitas yang sama yang ada di seluruh Indonesia melalui *event* ataupun sosial media khususnya Instagram yang menjadi titik fokus para komunitas dalam berkonten akan membuat promosi yang dilakukan jauh lebih efektif.

**d. *Treath* (Ancaman)**

Komponen terakhir yang menjadi komponen terakhir dalam menganalisis setiap kondisi atau situasi yang bisa menjadi ancaman atau bahkan tantangan yang harus dan akan dihadapi oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. *Threat* atau ancaman adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah organisasi dan program (Suryatama 2014, 27). Faktor eksternal yang menghambat perusahaan dapat berupa masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya bargaining power daripada supplier dan buyer utama, perubahan teknologi serta kebijakan baru (Suryatama 2014, 27).

Dalam hal ini ancaman dari buku *lettering* ini adalah adanya persaingan dengan buku *lettering* dari dalam dan luar yang sudah ada sebelumnya. Meskipun di Indonesia masih sangat sedikit beredarnya buku *lettering*, namun hal ini tetap harus diwaspadai dan diperhitungkan. Dan juga peminat dan penggemar *lettering* yang meskipun terhitung besar namun belum begitu meluas peminatnya secara keseluruhan di Indonesia.

## 2. Metode 5 W + 1 H

Konsep metode 5W+1H adalah konsep rumusan pertanyaan, yang biasanya digunakan untuk memecahkan suatu masalah. Tidak hanya digunakan untuk penelitian akademik atau pendidikan, namun juga terjadi pada dunia no-akademik, seperti dalam dunia bisnis dan lapangan kerja lainnya. Metode 5W1H adalah metode terdiri atas 6 pertanyaan yang meliputi *what*, *where*, *when*, *why*, *who*, dan *how* (Nababan 2018). Berdasarkan data yang telah terkumpul melalui metode 5W1H, akan diketahui gambaran komunitas Surakarya dan karakteristik dari produk buku yang akan dirancang. Dan berikut adalah analisis dengan menggunakan metode 5W+1H:

### a. *What*

*What* dalam bahasa Indonesia merupakan arti dari kata apa yang menjelaskan tentang apa yang akan ditulis dalam pengantar karya, tema apa yang ingin diungkapkan dan hal apa yang ingin dituangkan dalam tulisan.

Dari penjabaran tersebut dapat diketahui segala informasi mengenai komunitas Surakarya yang bergerak di seni *lettering*. Dan dari penggalian tersebut akan dirancang sebuah buku *lettering* komunitas, dan perancangan buku *lettering* komunitas ini sebagai media untuk memberikan informasi dan pembelajaran yang ada mengenai *lettering* kepada pemula yang ingin belajar *lettering*, serta mempromosikan dan mengangkat komunitas Surakarya. Teknik *lettering* akan dirancang sesuai dengan konten-konten yang ada pada komunitas Surakarya.

**b. *Who***

*Who* dalam bahasa Indonesia merupakan arti dari kata siapa yang menjelaskan tentang siapa tokoh yang menjadi tokoh di *what*. *Who* harus menjadi bagian yang berkaitan dengan *what*. Dari penjabaran tersebut perancangan Buku *lettering* ini diperuntukkan untuk komunitas Surakarya dan anggota di dalamnya sebagai komunitas yang bergerak di bidang tersebut. Dan dari perancangan buku *lettering* ini diperuntukkan bagi para penggiat dan penggemar baru *lettering*, serta seniman dan penikmat seni sebagai sebuah referensi dan pembelajaran mengenai seni *lettering* dan komunitasnya.

**c. *Where***

*Where* dalam bahasa Indonesia merupakan arti dari kata dimana yang menjelaskan tentang tempat kejadian *what*. Dari penjabaran tersebut dapat diketahui dimana komunitas ini berada. Dan buku *lettering* komunitas Surakarya ini dirancang sebagai bentuk dedikasi komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta yang bergerak di seni *lettering*. Dan dari metode ini akan diketahui dimana saja komunitas Surakarya dalam melaksanakan kegiatan-kegiatannya, dari acara pameran, *creative sharing*, *workshop* dan *event* lainnya.

**d. *When***

*When* dalam bahasa Indonesia merupakan arti dari kata kapan, yang menjelaskan tentang waktu kejadian *what*, kapan kejadiannya akan memberi tambahan informasi pembaca. Dari penjabaran tersebut dapat diketahui

sejarah dari komunitas Surakarya, dari kapan komunitas ini berdiri dan kapan komunitas Surakarya dalam melaksanakan kegiatan-kegiatannya. Sehingga data yang terkumpul dapat menjadi bahan untuk perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya.

**e. Why**

*Why* dalam bahasa Indonesia merupakan arti dari kata mengapa, yang menjelaskan tentang mengapa terjadi *what*. Dari penjabaran tersebut komunitas Surakarya dipilih karena komunitas ini merupakan salah satu komunitas yang berdiri lebih awal dan menjadi pioner. Dan dari hal tersebut, komunitas ini telah melaksanakan banyak kegiatan, dari pameran, *creative sharing*, *workshop*, *pen meet up* dan kegiatan lainnya. Dan perancangan buku dipilih karena salah satu media yang mampu menyampaikan informasi berupa visual yang ditampilkan, pengetahuan, laporan dan lain-lain, serta memiliki nilai guna dan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Buku dapat menampung banyak sekali informasi, tergantung jumlah halaman yang dimiliki dan seinformatif apa informasi tersebut dapat disampaikan dengan baik. Buku juga mampu menjadi media promosi yang cukup efektif. Dengan *lettering* sebagai media penyampai informasi dapat menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan ilustrasi karena buku *lettering* masih jarang ditemukan di Indonesia, dan melalui *lettering* akan disuguhkan tampilan visual yang lebih ringkas dan informatif. Buku *lettering* komunitas Surakarya dipilih karena sebagai upaya untuk memberikan informasi dan pembelajaran yang ada mengenai *lettering* kepada pemula yang ingin belajar *lettering*, serta

mengangkat komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta.

**f. *How***

*How* dalam bahasa Indonesia merupakan arti dari kata bagaimana, yang menjelaskan tentang bagaimana *what* terjadi, bagaimana prosesnya, liku-likunya, dan sejenisnya. Dari penjabaran tersebut dalam pengerjaannya karya ini akan dibagi menjadi 3 tahap yakni pengumpulan data, analisa data, perancangan buku dan promosi. Pada tahap pengumpulan data akan dilakukan wawancara, observasi, studi pustaka, dan penggalan dokumentasi mengenai *lettering* dan komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta. Pada tahap analisa data, akan dilaksanakan penggalan dan pengolahan data tentang komunitas, dari sejarah dan perkembangan komunitas *lettering*, struktur organisasi, kegiatan, hasil karya dan ilmu *lettering* dari komunitas (analisa 5W+1H) sebagai bahan dalam perancangan buku, kemudian analisa pasar, target *audiens*, keunggulan, kelemahan, peluang serta ancaman (analisa SWOT) sebagai bahan dalam merancang strategi promosi. Pada tahap terakhir, yakni perancangan buku dan promosi akan dilaksanakan pembuatan naskah, pematangan konsep, *sketching*, digitalisasi, dan *layouting* buku. Kemudian akan dilaksanakan strategi promosi, pemilihan media, perancangan visual dan merchandise.



## **BAB III**

### **STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL**

#### **A. Konsep Kreatif**

##### **1. Tujuan Kreatif**

Buku *lettering* komunitas Surakarya merupakan ide dasar penciptaan tugas akhir ke karya yang diciptakan sebagai media dalam penggalian dan menambah informasi serta wawasan di bidang *lettering*. Selain itu buku ini juga diharapkan menjadi sebuah media promosi komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta, sehingga komunitas *lettering* ini mampu dikenal oleh masyarakat yang lebih luas. Sebuah proses pengkaryaan yang ditampilkan oleh para anggota yang tergabung dalam komunitas juga menjadi nilai tambah pada buku, karena dalam proses tersebut para pembaca khususnya para peminat seni *lettering* akan mengetahui secara lebih detail bagaimana proses para anggota khususnya yang sudah *expert* di bidang *lettering* dalam menciptakan sebuah karya *Hand lettering* dan Kaligrafi.

##### **2. Strategi Kreatif**

Strategi kreatif merupakan proses pengerjaan kreatif, bisa dimulai yang mencakup pelaksanaan dan pengembangan konsep/ide yang dapat mengemukakan strategi dasar dalam bentuk komunikasi yang efektif dan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar, dan konsumen sasaran ke dalam suatu posisi tertentu di dalam komunikasi yang kemudian dapat dipakai untuk meneruskan tujuan.

Untuk memperlancar proses tujuan komunikasi, diperlukan strategi

kreatif dalam merancang buku yang tepat dan bermanfaat bagi komunitas Surakarya untuk masyarakat khususnya Surakarta dan komunitas *lettering* yang ada di seluruh Indonesia. Cara penyampaian pesan harus dengan konsep kreatif dan menghasilkan buku yang dapat menarik perhatian, melalui desain *cover* dan isi yang sesuai, serta promosi yang menarik dan tepat sasaran.

### 3. Strategi Komunikasi

#### a. Komunikasi Verbal

Pendekatan komunikasi verbal berupa teks untuk melengkapi visual, memaparkan yang tidak tergambarkan dalam visual dengan menggunakan bahasa Indonesia baku yang mudah dimengerti. Pendekatan visual verbal ini sangat penting untuk memberikan pemberitahuan atau informasi kepada *audience* atas gambar yang telah ditampilkan secara lebih detail.

#### b. Komunikasi Visual

Pendekatan komunikasi dengan visual yang dibuat dalam perancangan buku *lettering* sebagai media promosi komunitas Surakarya adalah untuk memberi informasi dan pemahaman terhadap seni *lettering* dan Surakarya sebagai komunitas penggiat di bidang tersebut. Sedangkan visual yang digunakan dalam perancangan untuk menambah informasi di dalam buku sendiri diambil dari arsip dokumentasi yang ada di komunitas dan juga hasil karya yang dihasilkan oleh para anggota yang ada di dalamnya, sehingga keaslian visual lebih terjamin keorisinalitasannya. Salah satu pendekatan visual berupa buku, karena media buku dapat dengan mudah disampaikan kepada *audience*, serta buku adalah media yang sangat

mudah di peroleh oleh semua kalangan dan menjadi salah satu media yang efektif sebagai salah satu media promosi komunitas Surakarya. Melalui buku pesan secara visual maupun verbal dapat tersampaikan dengan baik. Buku juga merupakan media yang mudah diperbanyak dan mudah diakses, baik buku berupa fisik maupun *e-book*.

## B. Perancangan Buku *Lettering*

### 1. Format Desain

#### a. Judul Perancangan

Buku komunitas Surakarya dalam *cover* yang dirancang terdapat beberapa elemen teks yang akan di desain dan di aplikasikan ke dalam satu desain *cover* yang utuh. Ada beberapa *sketch* awal sebelum masuk dalam menerapkan semua elemen teks ke dalam *cover*, dan berikut alternatif dari *sketch* awal dalam perancangan *cover*:



Gambar 20. Alternatif Desain *Lettering Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah melalui pertimbangan, maka alternatif ke dua menjadi konsep awal yang terpilih. Lalu setelah konsep terpilih, maka diaplikasikan beberapa elemen teks, *layout* dan proses detailing *sketch* untuk *cover* yang akan

dirancang. Untuk *layout* di *layer* pertama terdapat *monogram* nama komunitas, tahun berdiri dan kota Surakarta sebagai asal komunitas. Kemudian *layout* pada *layer* ke dua terdapat nama komunitas Surakarya dan *layout* pada *layer* ke tiga terdapat desain tipografi aksara jawa. Untuk *layout* pada *layer* terbawah terdapat tambahan teks “*The Book of Lettering Community from Surakarta*”, Sebagai informasi tambahan pada *cover* tentang buku yang dirancang. Berikut contoh dari visual *layout* dan desain *cover* yang dirancang:



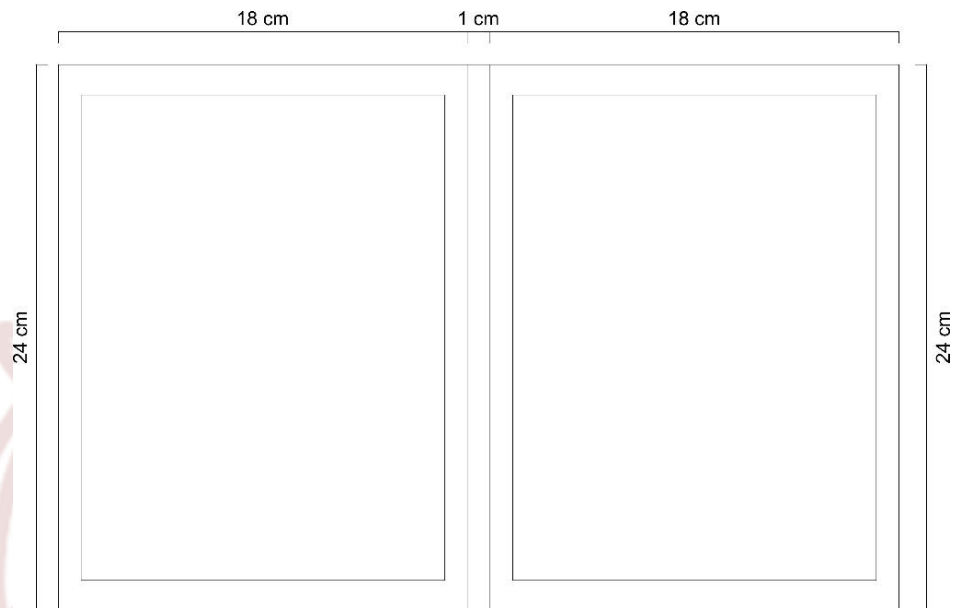
Gambar 21. Rancangan Konsep *Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)



**b. Deliverables**

Format desain yang digunakan dalam pembuatan buku komunitas Surakarya menggunakan ukuran *custom portrait* (18 cm x 24 cm). Untuk konten dalam seperti foto atau gambar lainnya yang ada di dalam perancangan buku hanya melalui tahap proses sedikit *editing*. Format yang digunakan dalam setiap halaman adalah *portrait*. Pertimbangan format ukuran berdasarkan dalam memberikan kemudahan keterbacaan dan memperhitungkan jumlah muatan isi dalam buku, serta *format* ukuran yang dipilih ideal dalam penyimpanan. Dan dilihat dari segi produksi dalam dunia percetakan, ukuran kertas plano menjadi satuan ukuran kertas mentah atau belum di potong yang menjadi standar ukuran dalam percetakan. Dari ukuran kertas plano berukuran 65 cm c 100 cm dan 79 cm x 109 cm dengan bahan jenis HVS, ukuran ini cukup efisien dan tidak terlalu membuang banyak kertas. Standar ukuran buku ini juga didasari dari beberapa buku yang menggunakan ukuran identik dengan ukuran buku yang dirancang seperti buku milik Martino Floor berukuran 21 cm x 24 cm.

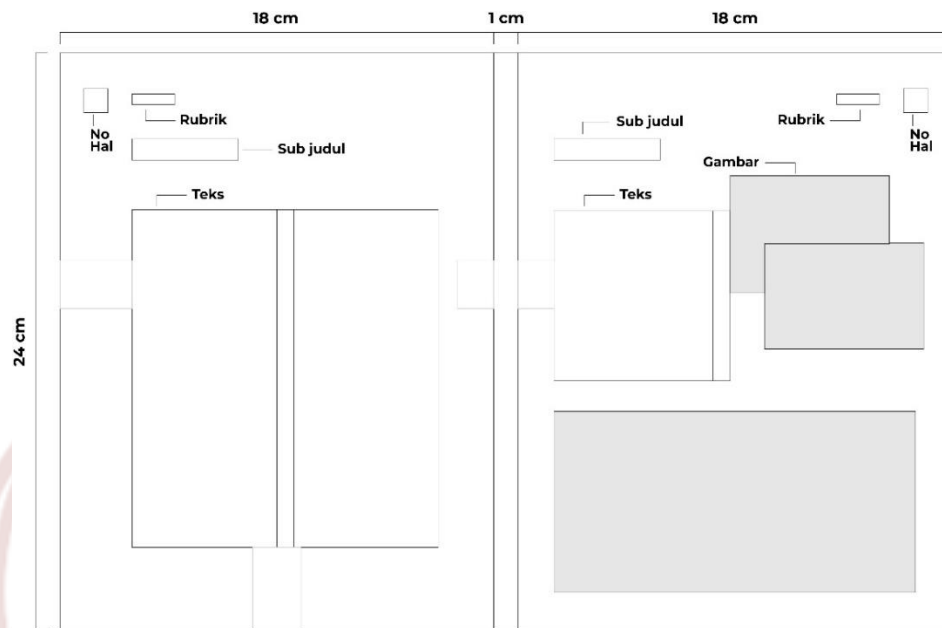




Gambar 22. Rancangan format ukuran buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## 2. *Layout*

*Layout* pada setiap halaman disesuaikan dengan pembahasan objek. Objek pada halaman tersebut tidak selalu sama tata letak setiap halaman. *Layout* yang terdapat pada buku komunitas *lettering* Surakarya ini terdiri dari elemen visual dan tipografi yang saling melengkapi dalam menyampaikan informasi mengenai materi yang terkandung dalam buku, sehingga dapat dengan mudah dimengerti dan dipahami oleh target audiens pada pembahasan isi buku.

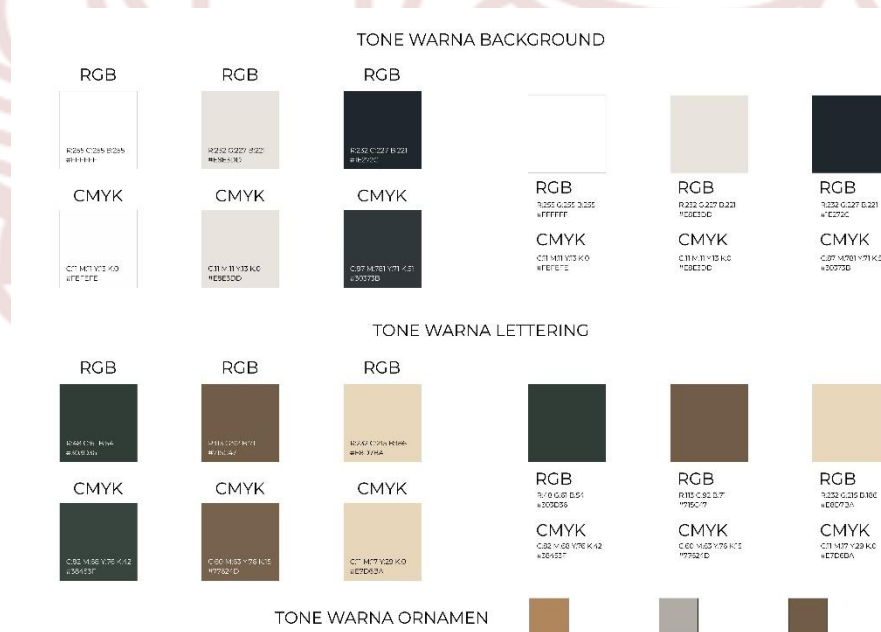


Gambar 23. Rancangan skema dan konsep desain layout  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Adapun tahapan dan pembagian dalam setiap pembahasan buku dan *layout* yang dirancang juga akan menyesuaikan konten dari bahan dan kerangka naskah yang telah disusun dan dikumpulkan. Pada penyusunan kerangka naskah ini akan dibagi beberapa bab sebagai acuan penyusunan *layout* pada buku, dari data penulis, pengantar, daftar isi, bab 1 tentang lettering dan sejarah singkatnya, bab 2 tentang anggota yang ada pada komunitas, bab 3 tentang kumpulan karya anggota komunitas, bab 4 tentang kegiatan, bab 5 yang membahas tentang proses berkarya para anggota komunitas yang sudah expert di lettering, bab 6 yang membahas tentang beberapa *artist* yang termasuk dalam anggota komunitas dalam proses mereka mempelajari dan menguasai gaya *lettering* yang mereka miliki, lalu di bab 7 sebagai tambahan akan dicantumkan *grid sheets* sebagai metode dan acuan belajar *basic lettering* dan kaligrafi bagi pemula yang ingin belajar.

### 3. Warna

Warna secara psikologis memiliki sifat yang netral, karena bisa masuk kemana saja. Bila digabungkan dengan teks, maka tidak akan mengganggu penglihatan. Seperti pada konsep warna yang diterapkan pada perancangan buku ini, ada beberapa konsep warna yang diterapkan untuk membedakan *setting layout* di setiap konten yang akan diterapkan pada desain *layout* buku komunitas Surakarya. Namun dalam konsep warna yang diterapkan pada keseluruhan desain buku memiliki beberapa terapan warna yang digunakan sebagai identitas buku sebagai salah satu strategi branding pada buku komunitas Surakarya, serta pada warna yang dipilih ini menyesuaikan warna gaya *vintage* dari konsep yang akan dirancang.



Gambar 24. Tone Warna Desain Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### a. Putih

Warna putih dipilih sebagai warna dasar pada keseluruhan tampilan

pada buku. Selain warnanya yang cenderung bersih, warna ini juga memiliki pembawaan yang elegan dan minimalis ketika ditampilkan serta juga memiliki fungsi untuk membantu dan mempermudah dalam proses penyampaian pesan dan informasi yang akan disampaikan kepada pembaca.

**b. Emas kecoklatan**

Warna emas dipilih sebagai warna yang ditonjolkan dan menjadi salah satu identitas yang akan diberikan pada buku komunitas Surakarya. warna ini dipilih karena memiliki kesan optimis yang menuntun seseorang untuk berfikir positif, dan layaknya matahari, warna emas memiliki daya untuk menambah kehangatan yang dapat memengaruhi segala yang ada di sekitarnya. Warna emas ini juga memiliki makna murah hati, mudah untuk memberi atau dermawan, serta penyayang. Selain itu, emas juga erat terkait dengan pengetahuan, dan tentu saja tidak lepas dari kesan kaya dimana warna ini jika disimpulkan merupakan warna dari suatu keadaan ideal, yaitu kaya (penuh dengan kejayaan) sekaligus murah hati.

**c. Hitam**

Warna hitam secara filosofi yang dimiliki tidak terlalu terikat secara khusus pada konsep warna yang akan ditampilkan pada buku komunitas Surakarya, namun ketika warna ini digunakan dengan benar maka akan menjadi warna yang khusus, mudah diingat dan komunikatif. Warna ini ketika digunakan pada kontras warna yang terang seperti warna putih maka akan memberikan pernyataan yang tegas dan sederhana. Warna hitam ini sendiri nantinya akan diaplikasikan pada teks yang berisi informasi

mengenai konten-konten yang ada pada buku komunitas Surakarya dimana warna hitam pada teks akan lebih memperjelas dan mempertegas informasi yang ingin disampaikan.

**d. Hijau Gelap**

Warna hijau sebagai warna dasar yang diambil dari warna hijau gelap ini sendiri dipilih karena warna ini memiliki filosofi sebuah kehidupan dan pertumbuhan. Dengan pengaplikasian warna hijau yang ada pada buku ini, maka kekhasan dari kota Solo atau Surakarta yang ada pada buku komunitas Surakarya yang berdomisili di kota Solo dapat tersampaikan.

**e. Putih Lace**

Warna putih *lace* merupakan warna semi coklat yang hampir mendekati warna putih. Warna ini dipilih karena menjadi satu unsur warna yang selaras dengan konsep vintage yang dirancang.

**4. Tipografi**

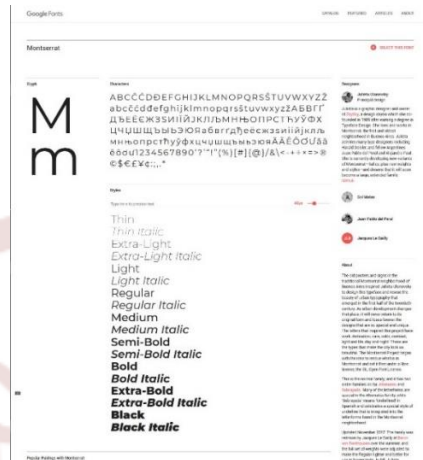
Tipografi merupakan salah satu unsur penting dalam pembuatan sebuah rancangan buku. Penggunaan tipografi bertujuan untuk mempertegas maksud yang terdapat pada teks dan gambar yang ingin disampaikan. Adapun jenis-jenis tipografi yang digunakan dalam pembuatan buku ini antara lain:

**a. Montserrat**

*Font Montserrat* dipilih karena *font Montserrat* yang masuk ke dalam jenis *font sans serif* memiliki sifat tegas dan mudah untuk mata menangkap dari informasi yang ingin disampaikan.



### ***Family font Montserrat:***

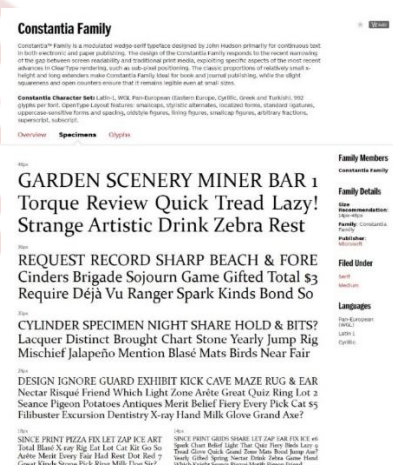


Gambar 25. Family font Montserrat  
(Sumber: [www.googlefont.com](http://www.googlefont.com))

### **b. *Constantia***

*Font Constantia* dipilih karena *font Constantia* yang masuk ke dalam jenis *font serif* memiliki sifat elegan dan tegas, dan tidak mudah membuat mata lelah ketika membaca. Sehingga dari segi fungsional dan estetika visual yang diberikan akan saling mendukung.

### ***Family font Constantia:***



Gambar 26. Family Font Constantia  
(Sumber: [www.webtype.com](http://www.webtype.com))

### c. *Corbel*

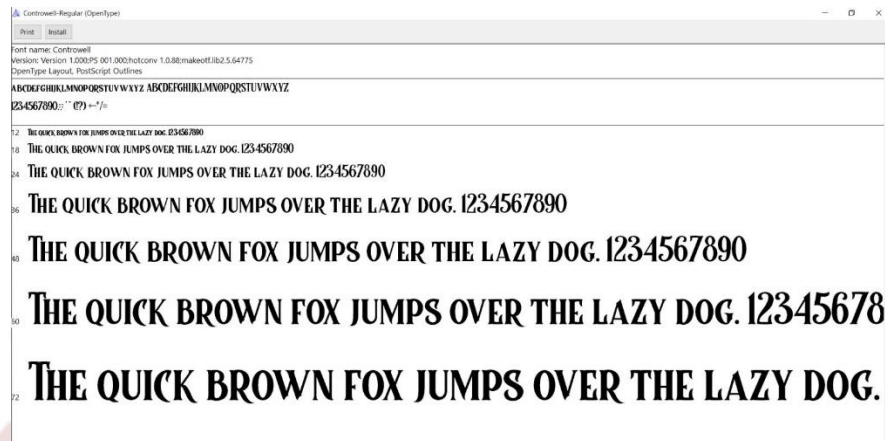
*Font Corbel* termasuk dalam kategori *Sans Serif* yang memiliki sifat elegan dan tegas, dan tidak mudah membuat mata lelah ketika membaca. Sehingga secara fungsional dari *font corbel* ini pas untuk di aplikasikan dalam *body* teks pada buku.



Gambar 27. Family Font Corbel  
(Sumber: [www.fonts.com](http://www.fonts.com))

### d. *Controwell*

*Font Controwell* termasuk ke dalam kategori *font Serif*. Dengan gaya *Victorian font* ini tidak hanya memiliki sifat tegas, namun juga memiliki nilai estetika melalui gaya *Victorian* yang di angkat dan sesuai dengan konsep *vintage* yang dipilih dari *cover* buku yang dirancang.



Gambar 28. Family Font Controwell  
(Sumber: Ajun Jefriyanto)

#### e. Segoe Script

Font Segoe Script termasuk dalam kategori Sans Serif, dengan gaya script dan handwriting pada font Segoe Script ini akan menambah fleksibilitas pada visual yang ditampilkan sehingga nantinya layout yang dirancang akan menambah variasi dan tidak terkesan kaku.



Gambar 29. Family Font Segoe Script  
(Sumber: [www.fonts.com](http://www.fonts.com))

### C. Sinopsis

Sinopsis adalah ikhtisar karangan yang biasanya diterbitkan bersama-sama dengan karangan asli yang menjadi dasar sinopsis, ringkasan atau abstraksi (KBBI 2008, 1357). Perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya ini berisikan tentang seni *lettering* dan komunitas Surakarya yang ada di dalamnya. Dimana pada buku ini menjelaskan tentang apa itu *lettering*, sejarah dan perkembangannya yang kemudian terbentuk komunitas Surakarya. Dan di dalam buku ini menyuguhkan segala macam informasi mengenai komunitas Surakarya, dari anggota-anggota dan karya-karyanya, kemudian segala macam kegiatan yang ada dalam komunitas Surakarya, sampai menyuguhkan proses para anggota yang sudah *expert* di seni *lettering* dalam menciptakan karya *lettering*. Dan sebagai tambahan dalam buku ini menampilkan tips-tips dan sharing dari penggiat *lettering* tentang bagaimana proses berlatih dan cara membuat karya *lettering*. Serta terdapat halaman panduan *guide sheets* atau garis bantu, dimana para pembaca dapat mengetahui dan belajar *basic* awal dalam berlatih *lettering* dan kaligrafi. Pada sinopsis buku Surakarya ini dibuat penyederhanaan bahasa dan ringkasan isi dari konten yang ada dalam buku, sehingga pembaca mampu mengetahui isi dalam buku dengan singkat dan jelas.

Table 1. Sinopsis Buku Surakarya

Sinopsis Buku <i>Lettering</i> Komunitas Surakarya	Surakarya merupakan sebuah komunitas <i>lettering</i> yang berasal dari kota Surakarta yang berdiri sejak 31 Oktober 2014.  Dan di dalam buku ini memuat segala informasi
---	---

	<p>yang ada mengenai komunitas Surakarya sebagai komunitas yang bergerak di bidang seni <i>lettering</i>. dari sejarah, anggota dan karya yang ada di komunitas, kegiatan, sampai halaman panduan dalam melatih <i>basic lettering</i> dan tutorial singkat tentang proses para anggota dalam menciptakan sebuah karya <i>lettering</i>.</p>
--	--

#### D. Kerangka Buku

Dalam perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya ini diperlukan kerangka buku atau outline yang digunakan untuk membagi dan menetapkan urutan-urutan konten dari yang akan dibahas dan dibagi menjadi beberapa bagian. Dalam buku ini terdapat tujuh bab, dan berikut penjabarannya:

1. Bagian pertama, *About Lettering and History*

Pada bagian ini kan membahas mengenai apa itu *lettering*, sejarah dan perkembangannya di Indonesia, sampai komunitas-komunitas yang ada termasuk Surakarya di dalamnya. Bagian ini akan menjadi bab pertama.

2. Bagian kedua, *Member*

Pada bagian ini berisikan daftar para anggota yang ada dalam komunitas Surakarya, dari nama anggota, nama sosial media dan kontak person. Bagian ini akan menjadi bab dua.

3. Bagian ketiga, *Artwork*

Pada bagian ini menampilkan berbagai macam karya *lettering* dari para



anggota dan karya komunitas yang dikerjakan secara bersama-sama. Bagian ini akan menjadi bab tiga.

#### 4. Bagian keempat, *Activity*

Pada bagian ini berisikan segala macam kegiatan dari komunitas Surakarya, dari informasi dan dokumentasi foto yang ditampilkan. Bagian ini akan menjadi bab empat.

#### 5. Bagian kelima, *Process*

Pada bagian ini berisikan proses-proses dari para anggota dalam menciptakan karya *lettering*. Dan juga terdapat info kontak dan sedikit pengenalan dari anggota. Bagian ini akan menjadi bab lima.

#### 6. Bagian keenam, *Sharing Session*

Pada bagian ini akan membahas dari beberapa penggiat *lettering* dalam proses berkarya secara lebih detail dan teoritis. Bagian ini akan menjadi bab enam.

#### 7. Bagian ketujuh, *Guide Sheets*

Pada bab ini akan ditampilkan tutorial singkat tentang belajar *basic brush* kaligrafi dan *lettering* dengan ditampilkan beberapa *guide sheets* untuk belajar dan berlatih teknik dasar dari *lettering*. Bagian ini akan menjadi bab tujuh.

### **E. Perancangan Media**

#### **1. Tujuan Media**

Promosi memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan sebuah produk kepada konsumen, karena sebagai salah satu tindakan yang

sangat penting untuk memperkenalkan sebuah produk dan menawarkan harga jual dari produk yang disuguhkan, serta mampu mempengaruhi bagaimana minat konsumen dalam membeli dan mengonsumsi sebuah produk. Oleh karenanya pemilihan bentuk promosi untuk menarik minat konsumen kepada sebuah produk harus diperhatikan secara detail. Dalam mendukung terciptanya sebuah promosi, media menjadi sebuah alat dan unsur penting dalam mengaplikasikan promosi yang ingin dilakukan.

## 2. Strategi Media

Strategi media adalah alat untuk menyampaikan isi pesan kepada *audience* agar dapat tersampaikan dengan baik sehingga dapat mengetahui dan menambah wawasan melalui media utama yang dipergunakan yaitu buku. Perancangan visual pada sebuah media tentunya menjadi hal utama dan tidak luput dalam memberikan kesan pertama pada konsumen. Buku merupakan media yang tepat untuk memperkenalkan seni *lettering* serta komunitas Surakarya yang bergerak dalam bidang ilmu seni tersebut tidak hanya kepada antar komunitas saja ataupun mereka yang sudah tertarik dalam mendalami seni *lettering*, namun juga kepada masyarakat yang lebih luas.

### a. Segmentasi Target Audiens

#### 1) Demografis

- a) Pria dan Wanita
- b) Usia 13 ke atas

Dikarenakan target dari komunitas ini sendiri mampu menembus usia dari anak-anak yang masih duduk di balik bangku sekolah

sampai usia dewasa. Dan ilmu *lettering* yang didapat dalam buku ini bersifat dapat dipelajari secara bertahap melalui proses latihan yang dapat dijangkau oleh mereka yang masih muda, khususnya anak-anak yang sudah mengerti bagaimana cara menulis yang sudah didapat di bangku sekolah.

c) Komunitas dan pegiat *lettering* dan penikmat seni

## 2) Geografis

Seluruh masyarakat di Indonesia, terutama masyarakat kota Surakarta yang memiliki minat dan bakat dalam seni *lettering*, pegiat seni *lettering*, seniman serta penyelenggara *event*.

## 3) Psikografis

Masyarakat dengan ketertarikan terhadap seni khususnya *lettering* dan lingkungan yang mendukung, serta memiliki gaya hidup yang membutuhkan informasi dan rasa ingin tahu. Memiliki ilmu dan rasa estetika terhadap apa yang dilihat.

## b. Pemilihan Media

### 1) Media Utama

#### a) Buku

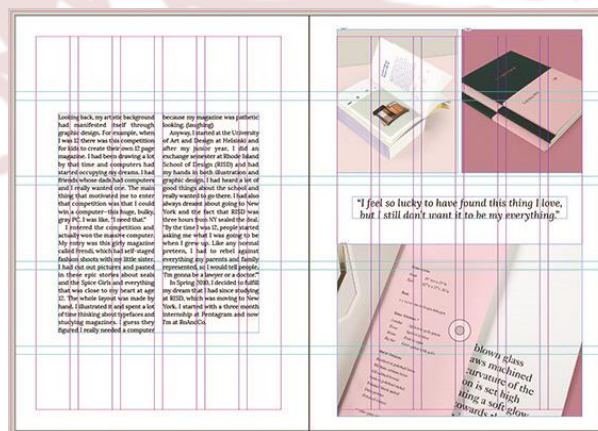
Media utama berupa buku komunitas *lettering* Surakarya dari Surakarta, yang didalamnya terdapat informasi verbal dan visual tentang komunitas Surakarya dan seni *lettering* yang ada di dalamnya. Visual gambar dan foto yang merupakan informasi pendukung selain informasi verbal dari buku ini memiliki peran

penting dan saling berkesinambungan dalam memaksimalkan penyampaian pesan kepada *audiens*.



Gambar 30. *Sample Mockup* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Dalam pemilihan buku sebagai media utama, terdapat beberapa jenis alternatif *layout* dan sistem *grid* yang diaplikasikan di setiap halamannya. Sistem *grid* ini biasa digunakan sebagai pedoman dalam *melayout* isi konten buku di dalamnya. Sistem *grid* pada *layout* yang akan diaplikasikan menggunakan beberapa sistem, dari *Manuscript Grid*, *Column Grid*, *Hierarchical Grid*, *Modular Grid* dan *Eksplorasi Grid*.



Gambar 31. Contoh Penerapan Sistem *Grid Layout*  
(Sumber: Behance.net, diakses pada tanggal 12 Maret 2020)

## 2) Media Pendukung

### a) Surat Kabar / Koran

Berdasarkan sasaran target audiens yang berfokus pada masyarakat lokal kota Surakarta, maka koran Solopos menjadi salah satu surat kabar yang dipilih sebagai media penyampai sebuah informasi produk dan seputar komunitas Surakarya di lingkup se-Karesidenan Surakarta. Surat kabar Solopos sendiri menjadi salah satu surat kabar yang masih digandrungi dan masih eksis di lingkup masyarakat kota Surakarta.

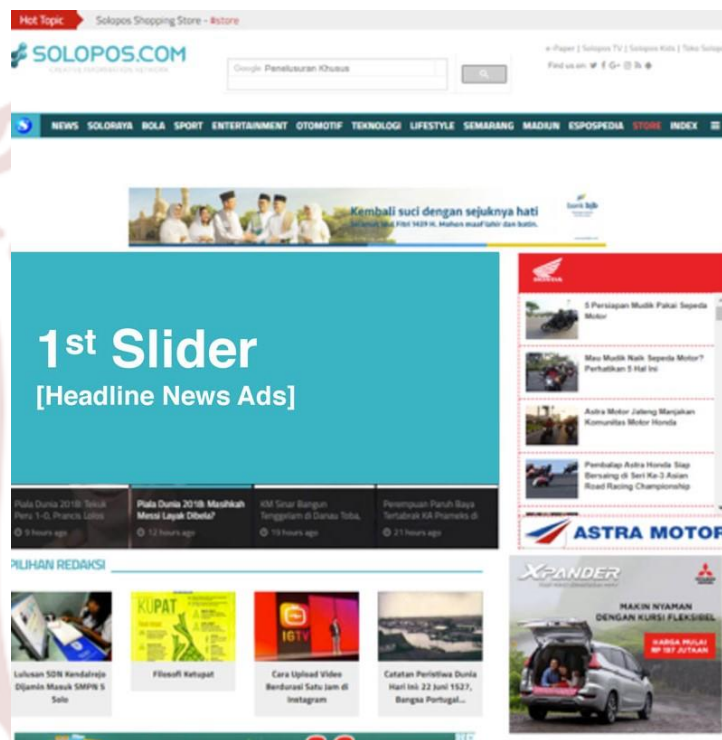
Jenis Iklan	Harga	Diskon
<b>Iklan Baris</b>		
Iklan Baris Solo Pos (Min. 4 Baris, Maks. 10 Baris, @35 Karakter)	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 30.000 / baris	10%
<b>Iklan Kolom</b>		
Iklan Kolom Solo Pos (BW), min. 1x30 mm, maks. 1x100 mm Ukuran 30 mmk s.d. 100 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 15.000 / mmk	20%
<b>Iklan Display</b>		
Iklan Display Solo Pos (BW) Min 100 mmk Ukuran 100 mmk s.d. 4320 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 25.000 / mmk	20%
Iklan Display Solo Pos (FC) Min 200 mmk Ukuran 200 mmk s.d. 4320 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 52.000 / mmk	20%
Iklan Display Solo Pos Cover Depan Atas Lipatan (FC) ukuran 8 kol x 50 mm / 8 kol x 100 mmk s.d. 2160 mmk Ukuran 400 mmk s.d. 2160 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 180.000 / mmk	20%
Iklan Display Solo Pos Cover Depan Bawah Lipatan (FC) ukuran 8 kol x 50 mm / 8 kol x 100 mmk Ukuran 400 mmk s.d. 2160 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 144.000 / mmk	20%
Iklan Display Solo Pos Duka Cita (BW) 200 mmk s.d. 4320 mmk Ukuran 200 mmk s.d. 4320 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 17.000 / mmk	20%
Iklan Display Solo Pos Duka Cita (FC) min 300 mmk max 4320 mmk Ukuran 300 mmk s.d. 4320 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 24.000 / mmk	20%
Iklan Display Solo Pos    Iklan Pulau/Korant (FC)    Min. 2kol x 50mmk Ukuran 100 mmk s.d. 4320 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 65.000 / mmk	20%
Iklan Display Solo Pos    Iklan Pulau/Korant (BW)    Min. 2kol x 50mmk Ukuran 100 mmk s.d. 4320 mmk	<a href="#">Order Sekarang</a> Rp. 36.000 / mmk	20%
<b>Keterangan :</b> Harga sewaktu-waktu berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.		
Lebar 1 kolom = 35 mm		
Lebar Kolom (milimeter (mm))	2 70	3 105
	4 140	5 175
	6 210	7 245
	8 280	200 200
		300 300
(1) Pemertaan iklan di halaman lain & mengiklaskan dikenakan tambahan biaya 10% (2) Pemertaan iklan paket kolom & display yang bereslang 1 hari dikenakan tambahan biaya 20%.		

Gambar 32. Daftar Harga dan Ukuran Iklan Solopos 2019  
(Sumber: Pusatpemasanganiklan.com, diakses pada tanggal 2 Desember 2019)

Untuk iklan cetak yang dipilih adalah iklan *display FC* ukuran 2 kolom x 200 mmk (73 mm x 200 mm), lalu untuk iklan *digital web* akan menggunakan *first Slider (Headline News ads)* pada *homepage* dengan ukuran spesifikasi *file* iklan JPG 750 x 450 pixel.



Ukuran ini diambil dari daftar harga yang dikeluarkan oleh Solopos pada tahun 2019 melalui situs pusat pemasang iklan dan situs *web* resmi Solopos.



Gambar 33. Contoh Iklan *Headline Homepage Web Solopos* (Sumber: Dokumen Solopos, 2019)



Gambar 34. Contoh Letak Iklan Solopos (Sumber: Dokumen Solopos, 2019)

b) *Billboard* / Papan Iklan

*Billboard* merupakan media luar ruangan yang biasa terletak di pinggir jalan. Hal ini ditujukan untuk audiens yang lewat di daerah tersebut. *Billboard* ini rencana akan diletakan di beberapa titik pusat kota Solo yang sering terdapat aktivitas masyarakat berskala tinggi, seperti *Billboard* SKABBFL005 Jl. Brigjend Slamet Riyadi No. 105, Keprabon, Banjarsari, Kota Surakarta. Spesifikasi pada *billboard* ini berorientasi horizontal dengan ukuran yang digunakan berukuran 5 x 10 meter.



Gambar 35. Rancangan Pemasangan Iklan *Billboard*  
(Sumber: iProperty.com, diakses pada tanggal 2 Desember 2019)

- c) Poster
- d) *X-Banner*
- e) *Stationary*
- f) Sosial Media
- g) *Website*
- h) *Merchandise*

## **F. Konsep Promosi**

### **1. Tujuan Promosi**

Promosi merupakan tahapan yang penting dalam sebuah *launching* produk. Tujuan dari kegiatan promosi ini adalah ingin menyampaikan dan menginformasikan kepada audiens tentang produk buku komunitas Surakarya, dimana dalam buku ini berisikan tentang apa itu komunitas Surakarya, informasi-informasi dan ilmu tentang seni *lettering*, dan menampilkan berbagai macam karya *lettering* yang telah dihasilkan oleh para anggota yang tergabung dalam komunitas. Dari perancangan buku ini sendiri difungsikan dan ditujukan sebagai pengenalan tentang komunitas Surakarya dan apa itu seni *lettering* kepada para msyarakat luas terutama masyarakat kota Surakarta terkhusus penggiat dan penikmat seni. Sehingga melalui perancangan buku ini diharapkan mampu merangkum informasi dan merepresentasikan tentang seni *lettering* dan komunitas Surakarya yang ingin disampaikan kepada audiens dengan baik. Adapun tujuan dari kegiatan promosi ini adalah:

**a. Membujuk**

Hal yang dilakukan oleh komunitas untuk memberikan respon positif terhadap penawaran produk sehingga akan mendorong terjadinya transaksi, dengan promosi maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

**b. Memberitahu**

Promosi merupakan sarana bagi komunitas untuk memberi informasi kepada konsumen tentang produk mereka, baik itu produk yang sudah ada maupun produk baru, sehingga konsumen mengetahuinya dan ada kemungkinan konsumen akan membelinya.

**c. Mengubah pola pikir**

Promosi bertujuan untuk mengubah pola pikir konsumen supaya sesuai dengan keinginan komunitas untuk memberikan informasi mengenai komunitas Surakarya yang bergerak di bidang *lettering* dan informasi mengenai seni *lettering* melalui media buku yang dipromosikan.

**d. Mengingat**

Komunitas melakukan promosi bertujuan untuk mengingatkan kembali kepada konsumen bahwa komunitas masih mempunyai produk tersebut, selain itu promosi juga bertujuan untuk mempertahankan produk tersebut di hati konsumen meskipun produk ini masih jarang dibuat oleh sebuah komunitas walaupun ada kemungkinan akan ada produk yang sama yang akan dikeluarkan oleh komunitas lain, hal ini tetap harus diperhitungkan.

**e. Memperkenalkan produk**

Promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk baru kepada konsumen beserta manfaatnya.

**2. Strategi Promosi**

Agar media informasi ini dapat diketahui oleh masyarakat, maka diperlukan adanya kegiatan promosi, beberapa kegiatan promosi yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Bekerja sama dengan komunitas-komunitas *lettering* yang ada di setiap kota di seluruh Indonesia sebagai sarana promosi.
- b. Membuat iklan di media cetak.
- c. Memberitahu adanya buku yang menginformasikan tentang sebuah komunitas *lettering* di kota Surakarta dengan menggunakan berbagai macam *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*.
- d. Bekerja sama dengan *event organizer* untuk ikut serta berpromosi.
- e. Bekerja sama dengan *outlet*, *cafe*, *mall* atau toko buku sebagai sarana promosi.

**G. Konsep Desain**

**1. Konsep Desain Cover**

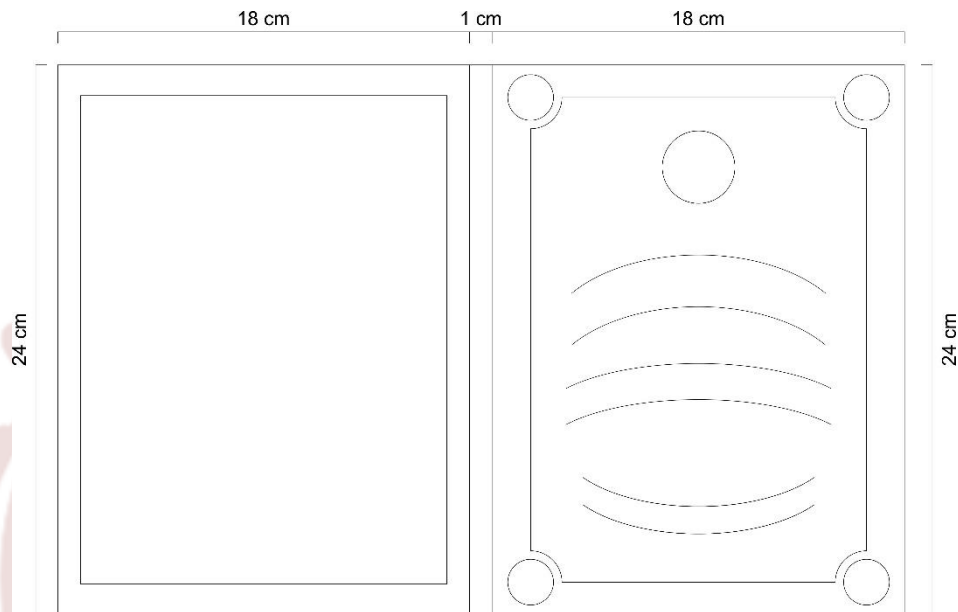
Desain cover buku menggunakan teknik *hand lettering* dengan nama Surakarya, teknik ini diaplikasikan sebagai konsep dasar dalam pembuatan *cover* karena buku ini sendiri merupakan buku yang mengusung komunitas Surakarya sebagai komunitas penggiat *lettering*. Dalam konsep desain *lettering* yang digunakan akan menerapkan beberapa unsur visual seperti warna dan bentuk



untuk memberikan identitas Surakarya sebagai komunitas *lettering* yang ada di Surakarta. *Lettering* nantinya akan menggunakan jenis gaya huruf *victorian decorative vintage* dan penambahan aksan aksara jawa pada nama Surakarya, yang dieksekusi dengan teknik *hand lettering* dimana konsep visual yang dibuat sepenuhnya digambar secara manual dengan menggunakan tangan yang kemudian akan di *finishing* dengan *software* digital. Selanjutnya pada visual *cover* akan menggunakan beberapa elemen warna dan *ornament* visual gaya *vintage*. Desain visual pada buku Surakarya ini secara keseluruhan diharapkan tidak hanya mampu memberikan nilai estetika dan identitas visual saja, namun lebih dari itu mampu mengenalkan dan memberikan informasi kepada masyarakat lebih luas tidak hanya tentang komunitas Surakarya saja, namun juga tentang seni *lettering*.

#### **a. Identifikasi**

Desain *cover* ini nantinya akan menggunakan bahan *Art Carton* 260gr dengan ukuran 18 cm x 24 cm x 1 cm. *Cover* ini difungsikan sebagai tampilan depan buku yang akan dirancang.



Gambar 36. *Format Size dan Layout Cover Buku*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### b. Tema

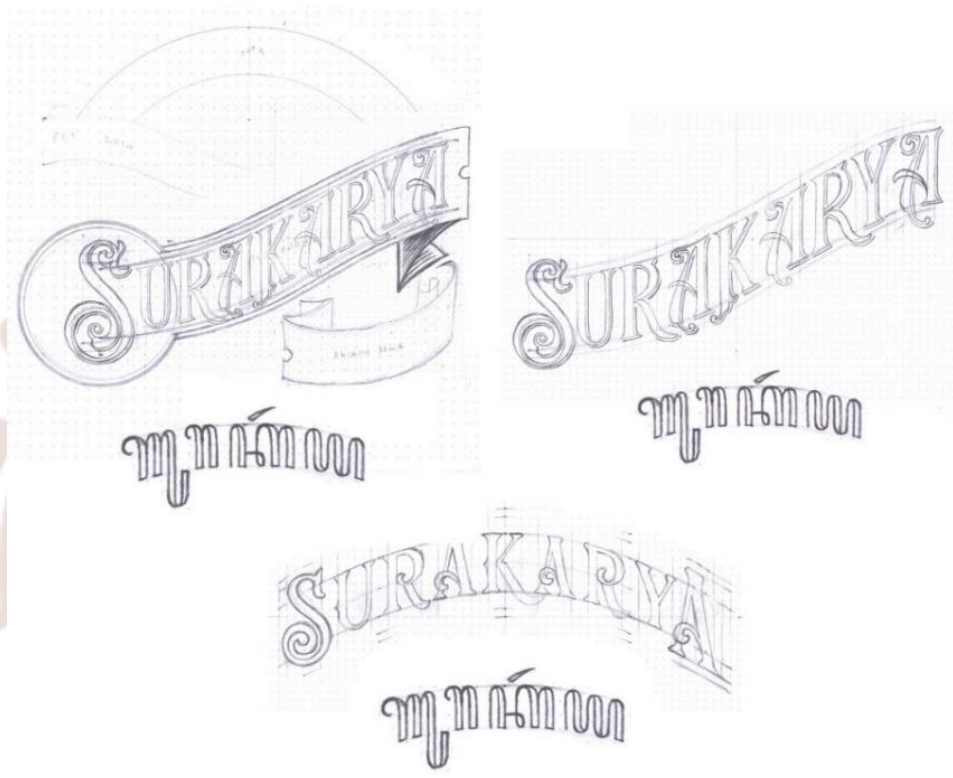
Tema dari konsep yang akan diaplikasikan pada *cover* buku ini akan menggunakan tema *vintage*, dengan menggunakan gaya *lettering Victorian* dengan penambahan elemen warna *vintage* dan *Victorian ornament*. Dengan menerapkan tema *vintage* dan gaya *lettering Victorian*, tidak hanya meningkatkan estetika semata saja, namun juga terdapat nilai-nilai dari gaya *vintage* dan *lettering Victorian* yang berasal dari benua eropa ini yang bisa diterapkan dan dikolaborasikan pada kota Solo yang dikenal sebagai kota kuno penuh sejarah, estetika, dan budayanya, dimana terdapat berbagai macam peninggalan-peninggalan arsitektural bangunan bergaya eropa seperti Kraton Surakarta yang memiliki gaya arsitektur campuran Jawa dan Eropa, Loji Gandrung, Benteng Vastenburg, *The Heritage Palace* yang memiliki bangunan bergaya romawi Eropa, dan juga Pura Mangkunegaran

yang dibangun dengan memadukan gaya tradisional Jawa dan sentuhan arsitektur Eropa sebagai landasan utama dipilihnya gaya *vintage* dengan gaya *lettering Victorian* ini. Serta dengan gaya *vintage* dan gaya *lettering Victorian*, eksplorasi gaya desain visual dari perancang akan lebih luas dengan *lettering* dan ornamen indah.

### c. **Lettering dan Tipografi**

Jenis gaya *lettering* yang digunakan sebagai konsep visual *cover* menggunakan beberapa konsep rancangan sebagai alternatif desain *cover* yang akan diciptakan, yang kemudian dieksekusi dengan teknik *hand lettering* dimana konsep visual yang dibuat sepenuhnya digambar secara manual dengan menggunakan tangan yang kemudian akan di *finishing* dengan *software* digital. Beberapa alternatif dari konsep rancangan *lettering* yang akan digunakan akan menggunakan gaya huruf *Victorian Vintage Decorative*, rancangan komposisi dan *layout* yang sesuai dan penambahan aksent aksara Jawa pada nama Surakarya.

Proses dari penciptaan *hand lettering* dengan menggunakan beberapa alternatif ini dilakukan melalui pendekatan beberapa gaya *lettering* yang memiliki konsep *vintage* atau kuno. Adanya proses penciptaan ini, identitas dari buku melalui *lettering* dengan gaya *vintage* pada *cover* dan penambahan aksent aksara Jawa pada nama Surakarya yang ditampilkan akan menjadi lebih kuat dan lebih menunjukkan identitas Surakarya sebagai komunitas *lettering* yang ada di kota Surakarta yang kental akan budaya dan kota kuno penuh akan sejarahnya.



Gambar 37. Alternatif Desain *Lettering* dan Komposisi *Layout Cover* Buku Surakarya (Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

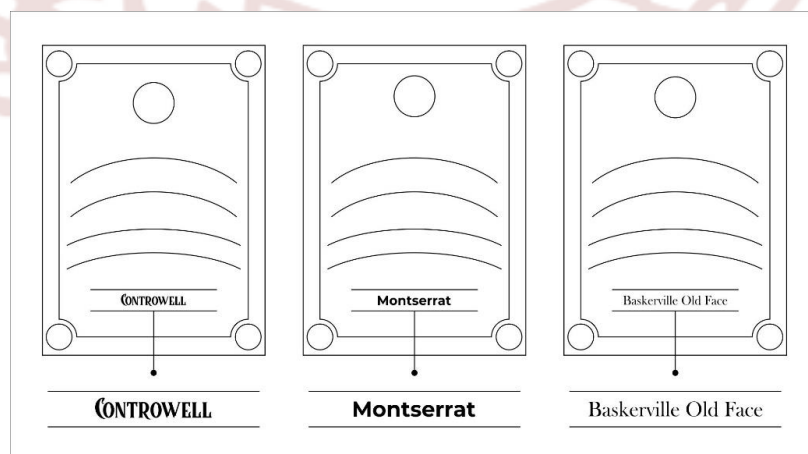
Setelah tahap perancangan *sketch* desain *lettering* dan pemilihan komposisi *layout cover* dibuat, tahap selanjutnya adalah pemilihan perancangan. Dari 3 alternatif tersebut diseleksi dan dipilih komposisi *balance* yang memiliki keseimbangan dan bersifat proporsional. Konsep desain dan *layout balance* ini dipilih karena memiliki keseimbangan komposisi, proporsional dalam menempatkan komponen desain seperti teks, warna, dan *ornament*, tidak terlalu memakan banyak ruang, dan mudah untuk diaplikasikan.





Gambar 38. Konsep *Sketch* Desain dan *Layout* Cover Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

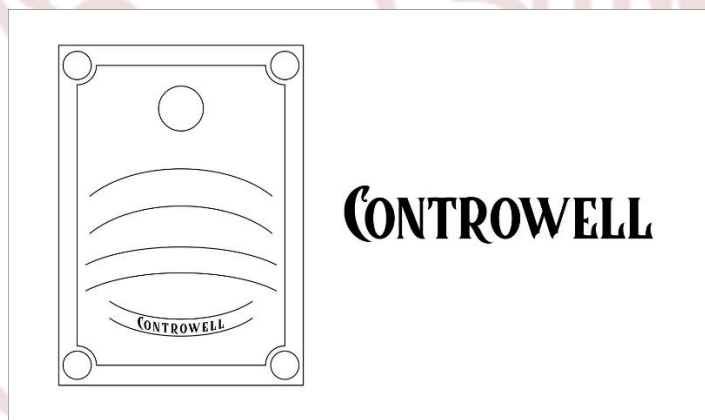
Kemudian huruf yang akan digunakan pada elemen teks pendukung menggunakan huruf *Serif* seperti *Controwell* yang memiliki karakter huruf yang tegas namun memiliki nilai estetika. Sebagai alternatif bisa juga menggunakan jenis huruf *Serif* lain seperti *Baskerville Old Face* atau huruf *Sans Serif Montserrat* yang juga memiliki karakter huruf yang mudah terbaca namun memiliki unsur *vintage*, sehingga teks pendukung yang ditampilkan akan serasi dengan konsep *vintage* pada desain *cover* buku Surakarya.



Gambar 39. Alternatif Teks Pendukung *Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)



Setelah melalui tahap konsultasi untuk memilih gaya huruf yang pas untuk menjadi elemen teks pendukung. Dari 3 alternatif tipografi yaitu antara *Controwell*, *Montserrat*, dan *Baskerville Old Face*, diseleksi menjadi 1 jenis huruf yang terpilih yaitu *Controwell*. Dari penyeleksian 1 jenis huruf yang dipilih nantinya akan dilakukan sebuah perancangan *custom font* guna menyelaraskan desain *cover* pada elemen yang diberikan.



Gambar 40. Font Terpilih Pada Elemen Teks Pendukung Pada Cover  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### d. Warna

Ada beberapa konsep pewarnaan yang diterapkan dalam rancangan desain *cover* buku Surakarya. Untuk *background* akan diterapkan tiga alternatif *tone* warna yang didominasi oleh dua warna cerah dan satu warna gelap, dimana *tone* warna yang digunakan akan terkesan mampu untuk menguatkan konsep *vintage* yang akan ditampilkan, serta mampu menonjolkan desain *lettering* pada kontras warna yang berlawanan pada masing-masing *tone* warna *background* yang telah di pilih.



Gambar 41. *Tone Warna Background Cover Buku*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Lalu untuk warna pada desain *lettering* akan menggunakan tiga warna kontras di setiap masing-masing warna alternatif pada *background* yang telah dirancang. Berikut *tone* warna yang diterapkan pada konsep desain *lettering* pada *cover*.



Gambar 42. *Tone Warna Lettering Cover Buku*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Dan berikut contoh perpaduan *tone* warna yang akan diterapkan dalam *cover* buku.



Gambar 43. Alternatif *Tone* Warna Cover Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah melalui tahap konsultasi warna identitas visual desain pada buku, warna yang telah terkonsep diaplikasikan ke masing-masing perancangan *cover*. Warna pertama menggunakan warna putih sebagai warna dasar, pada *ornament* menggunakan warna putih *lace* dan warna hijau gelap pada desain *lettering*. Lalu pada alternatif *cover* ke dua menggunakan warna putih *lace* sebagai warna dasar dan warna coklat keemasan pada desain *lettering* dan *ornament*. Kemudian pada alternatif *cover* ke tiga menggunakan warna dasar yang lebih gelap, yaitu warna hijau gelap sebagai warna dasar, coklat keemasan pada *ornament* dan putih *lace* pada desain *lettering*.



Gambar 44. Alternatif *Tone* Warna Cover Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### e. Komputerisasi

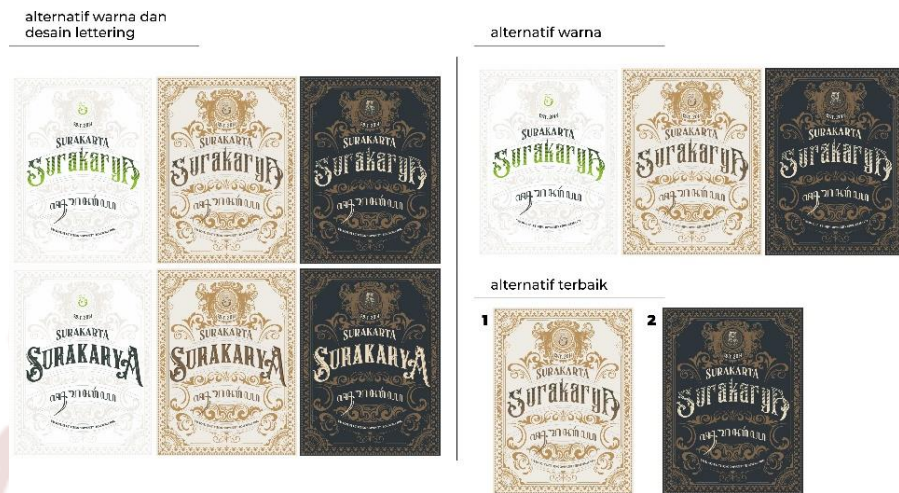
Tahap akhir adalah mendigitalisasi desain sketsa *cover* yang sudah di sketsa ke dalam komputer. Berikut ini adalah hasil yang sudah melalui proses digital.



Gambar 45. Alternatif *Digital* Desain Cover Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

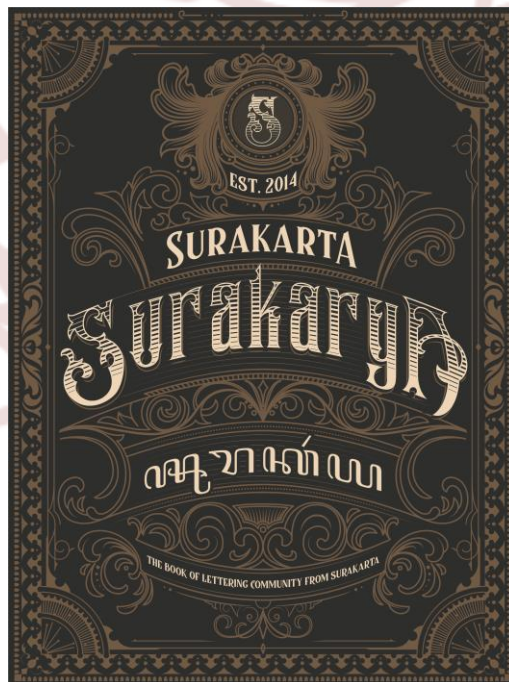
Setelah desain *lettering cover* selesai di digitalisasi, desain *cover* selanjutnya kembali di seleksi dari 3 alternatif menjadi 1 terbaik untuk dijadikan sebagai desain *cover* utama terpilih. Berikut ini tahap seleksi desain cover buku Surakarya.





Gambar 46. Gambar Proses Seleksi Alternatif Desain Cover Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah melalui proses konsultasi dan berbagai pertimbangan, maka *cover* yang dipilih alternatif nomor 2. Desain *cover* ini dirasa paling cocok dan sesuai untuk mencerminkan citra komunitas Surakarya yang ada di kota Surakarta.



Gambar 47. Desain Terpilih *Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)



#### f. *Dust Cover* atau Jaket Debu

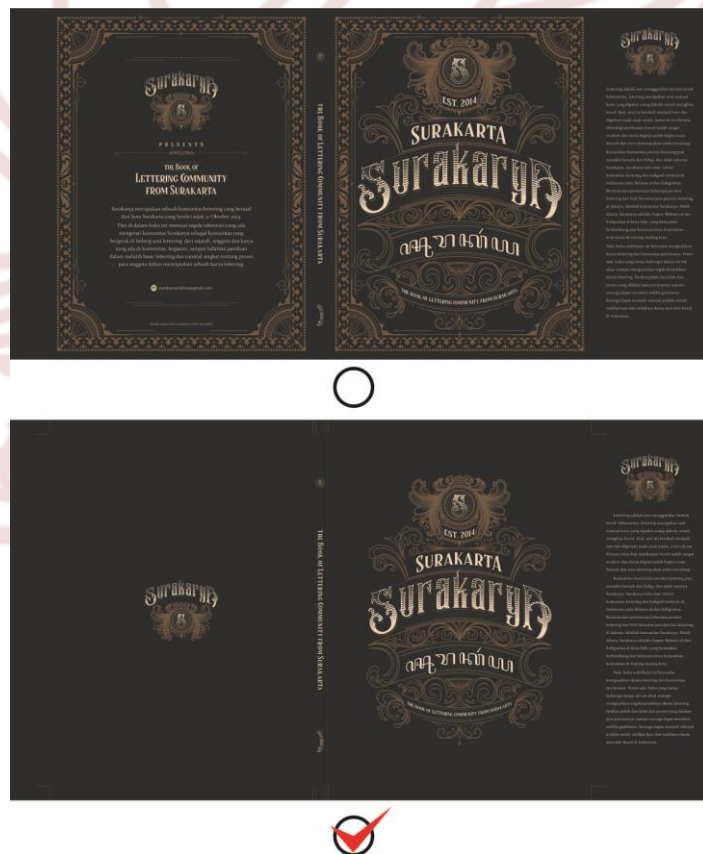
Pada bagian luar *cover* yang telah dirancang, akan dibuat *Dust Cover* atau Jaket Debu, dimana pada *Dust Cover* ini dirancang sesuai dengan *cover* utama, namun pada penerapannya, pada desain *Dust Cover* ini memiliki ukuran yang lebih panjang untuk menutupi dan menyelimuti keseluruhan tampilan luar buku. *Dust Cover* ini sendiri memiliki manfaat dalam melindungi *cover* utama buku dari kerusakan, dan secara visual juga memiliki nilai praktis dan estetika. *Dust Cover* atau biasa disebut Jaket Debu, pembungkus debu atau penutup debu adalah penutup luar yang dapat dilepas, biasanya terbuat dari kertas dan dicetak dengan teks dan ilustrasi dan memiliki lipatan lipat yang menahan sampul buku depan dan belakang (Wikipedia n.d.). Perancangan *Dust Cover* ini menggunakan keseluruhan desain *cover* yang telah dirancang sebelumnya.



Gambar 48. Sketsa Desain *Dust Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Pada perancangan *Dust Cover* ini menggunakan bahan kertas linen dengan ukuran 48 cm x 24 cm. Pada elemen rancangan *Dust Cover* akan menggunakan desain *lettering* dan warna pada *cover* utama. Dan pada lipatan depan bagian dalam terdapat informasi kata pengantar dari penulis tentang isi buku komunitas Surakarya.

Setelah melalui tahap sketsa rancangan *Dust Cover*, kemudian dari hasil konsultasi maka masuk ke tahap digitalisasi desain sketsa *Dust Cover* yang sudah di sketsa ke dalam komputer. Berikut ini adalah hasil yang sudah melalui proses digital.



Gambar 49. Alternatif Desain *Dust Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah melalui proses konsultasi dan berbagai pertimbangan, makadesain *Dust Cover* yang dipilih adalah alternatif kedua. Desain *Dust Cover* ini dirasa paling cocok dan sesuai untuk difungsikan sebagai *Dust Cover* atau jaket debu dengan tampilan visual desain yang lebih simple dan ringan.

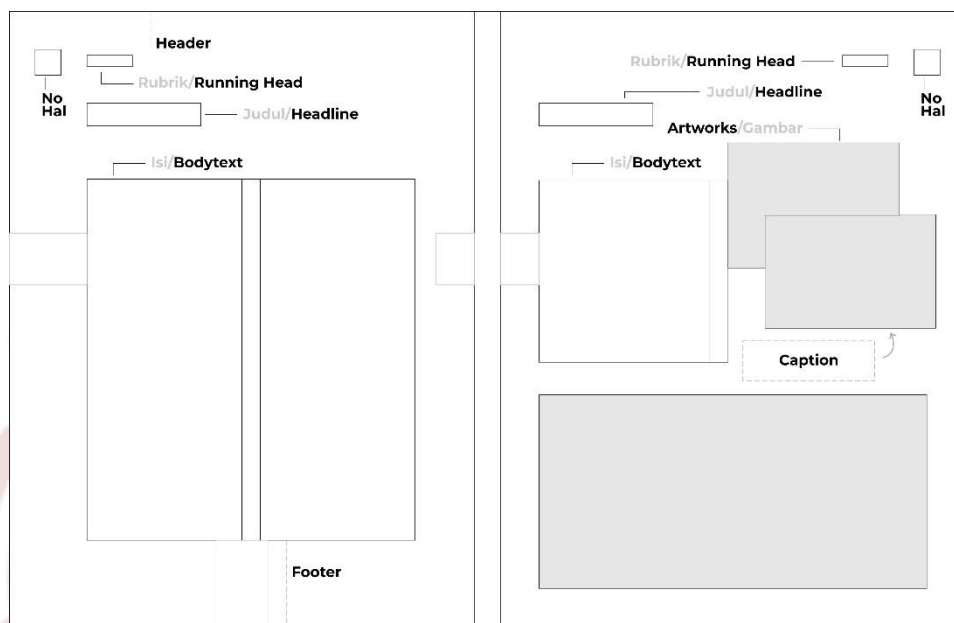


Gambar 50. Desain Terpilih *Dust Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## 2. Konsep *layout*

### a. Elemen

Agar *layout* mampu menampilkan gambar dan teks menjadi komunikatif sebagai sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan, maka harus ada elemen-elemen *layout* yang diaplikasikan pada *layout* yang nantinya akan dibuat, sehingga tujuan utama *layout* yang dibuat mampu tersampaikan dengan baik. Berikut ini konsep *layout* dari beberapa elemen *layout* yang nantinya akan diaplikasikan pada buku:



Gambar 51. Sketsa Konsep *Layout* Beserta Elemen-elemennya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah elemen-elemen *layout* dimasukkan, akan dirancang beberapa alternatif *layout* yang pas sesuai dengan kebutuhan dari elemen seperti teks dan gambar yang akan ditampilkan.

## b. Tipografi

Jenis huruf yang akan digunakan pada *layout* buku adalah jenis *serif* dan *sans serif*. Kedua jenis huruf ini dipilih karena memiliki kekhasannya masing-masing dimana keduanya mampu memberikan tampilan visual yang saling mendukung pada *layout* yang disajikan. Pada *layout* yang telah dirancang, terdapat empat *font* yang berbeda di setiap elemennya, antara lain *Montserrat*, *Constantia*, *Corbel*, dan juga *Segoe Script*. Nama huruf yang digunakan untuk nomer halaman, *running head*, dan *headline* adalah *font Montserrat*, kemudian untuk *bodytext* menggunakan *font corbel*. *Font corbel* pada *bodytext* ini memiliki karakter bentuk yang sederhana dan

mudah dibaca, sehingga mampu memberikan kemudahan bagi pembaca untuk membaca teks dari informasi yang diberikan serta menghindari atau meminimalisir mata lelah bagi pembaca. Kemudian untuk *font Constantia* akan menjadi alternatif ke dua pada *bodytext* dan *Segoe Script* akan digunakan pada elemen-elemen pendukung yang dimasukkan pada *layout*.

#### Montserrat

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*

#### Constantia

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..**  
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..**

#### Corbel

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..**  
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..**

#### Segoe Script

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*  
*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg ..*

Gambar 52. *Font-font* dalam Layout Buku  
 (Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### c. Warna

Warna teks yang akan digunakan pada *layout* buku Surakarya adalah sebagai berikut.

#### 1) Warna background

Warna teks yang digunakan nantinya akan dominan ke warna hitam sebagaimana warna teks yang sering digunakan pada buku, karena bertujuan untuk mempermudah tingkat keterbacaan. Maka *background* yang digunakan adalah warna putih dari warna kertas.





Gambar 53. Gambar Warna Putih Background Halaman Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## 2) *Headline*

Pada elemen *layout* ini, warna *Headline* memakai warna hitam, lalu warna hijau gelap dan coklat keemasan pada konsep warna *vintage cover* sebelumnya akan menjadi warna alternatif pada warna *Headline*.



Gambar 54. Gambar Warna Subjudul Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## 3) *Isi / Bodytext*

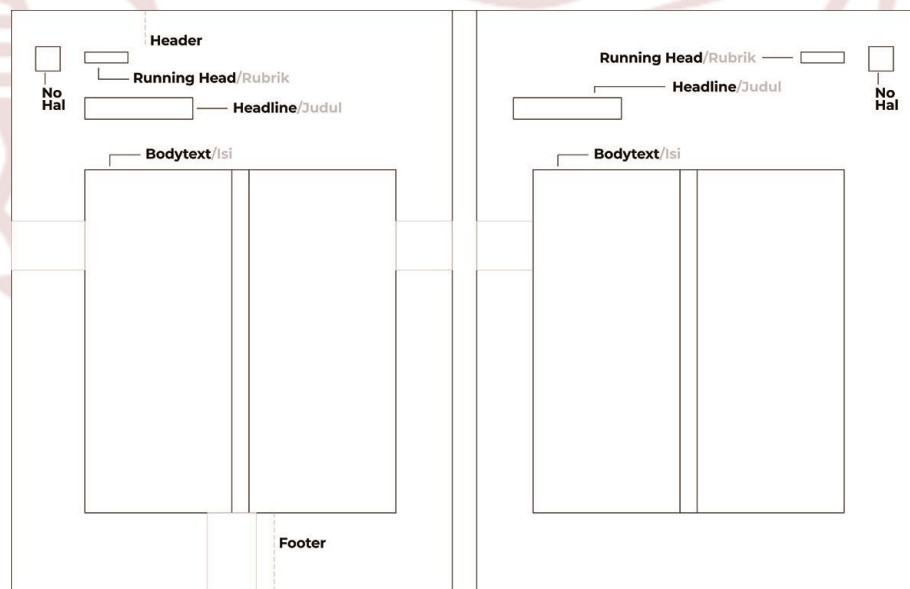
Warna hitam dipilih dalam teks isi. Warna ini selain mampu memberikan warna kontras pada warna putih kertas dan sebagai warna template yang seringkali digunakan pada setiap teks isi buku oleh percetakan, secara psikologis warna ini juga dirasa mampu memberikan kemudahan pada tingkat keterbacaan, komunikatif dan ketegasan untuk bisa ditangkap oleh mata.



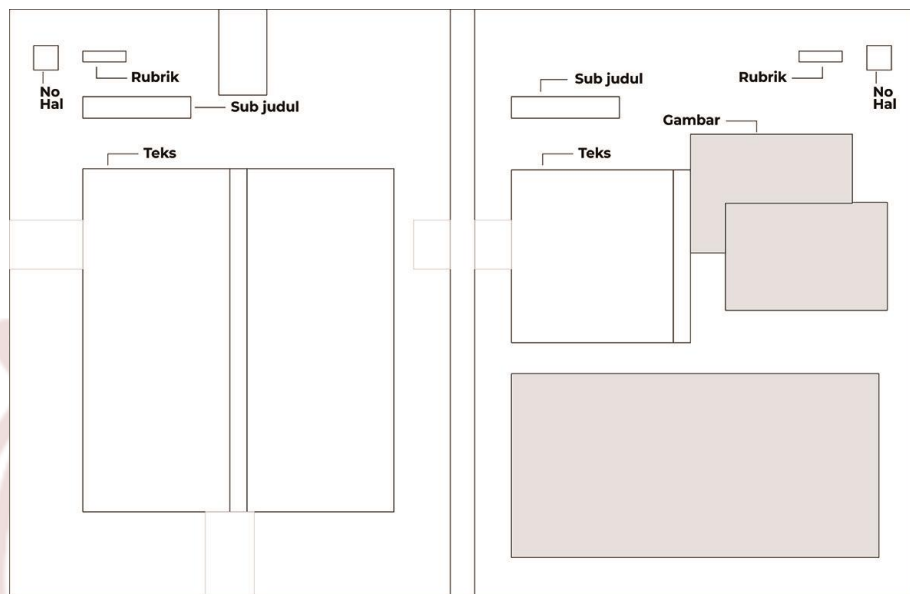
Gambar 55. Gambar Isi atau *Bodytext* Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### d. Sistem *Grid Layout*

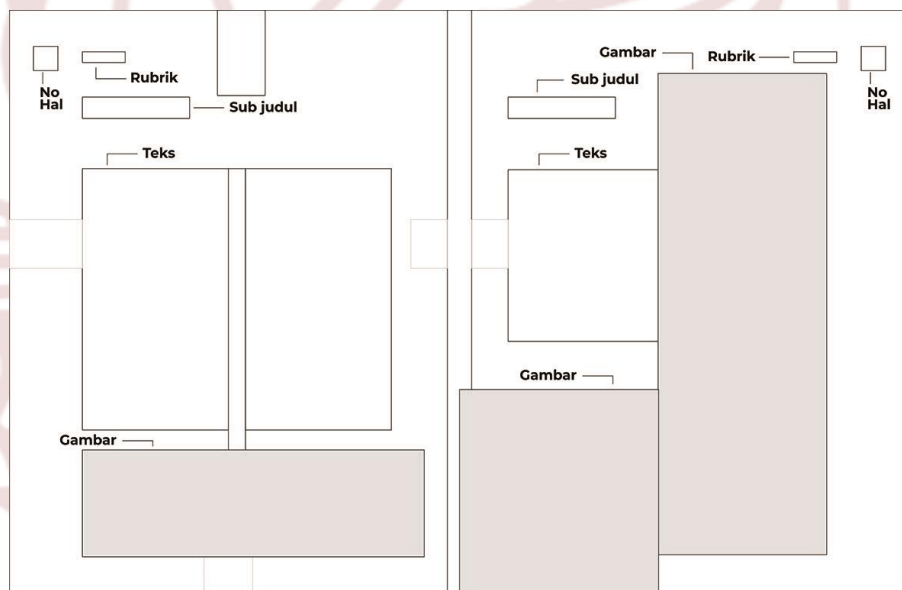
Sistem *grid* pada *layout* yang akan diaplikasikan menggunakan beberapa sistem, dari *Manuscript Grid*, *Column Grid*, *Hierarchical Grid*, *Modular Grid* dan *Eksplorasi Grid*. Sistem *grid layout* ini akan menjadi acuan dalam merancang konsep *layout* pada buku komunitas Surakarya. Dan berikut beberapa aplikasi alternatif konsep *layout* yang dirancang dari sistem *grid layout*.



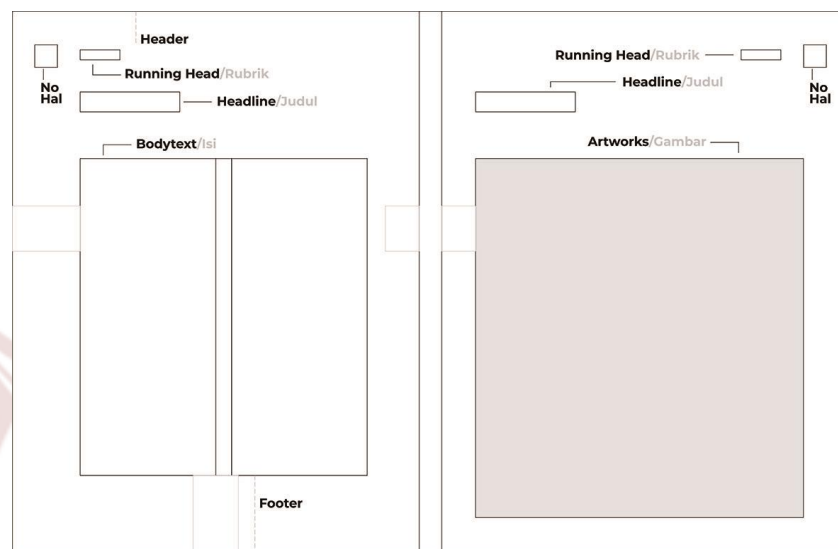
Gambar 56. Konsep Sistem *Grid Layout* 1  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)



Gambar 57. Konsep Sistem *Grid Layout 2*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)



Gambar 58. Konsep Sistem *Grid Layout 3*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)



Gambar 59. Konsep Sistem *Grid Layout* 4  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)



Gambar 60. Konsep Sistem *Grid Layout* 5  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

### 3. Konsep Media Promosi

#### a. *Creative Brief* Iklan

##### 1) Target Audiens

Usia 13 ke atas, antara mulai SMP sampai dewasa di semua kalangan, terutama komunitas dan penggiat *lettering* di seluruh Indonesia.

## 2) ***What to Say***

Menyampaikan sebuah produk buku dari komunitas Surakarya tentang komunitas dan seni *lettering*. Dan dari produk buku yang ingin disampaikan juga untuk mengenalkan sebuah komunitas Surakarya dan seni *lettering* yang ada di Surakarta.

## 3) ***How to Say***

Menggunakan unsur ketertarikan kepada konsumen melalui keunikan dan keindahan tentang seni *lettering* yang ada di dalam komunitas. Dari ilmu yang akan didapat dalam komunitas tentang *lettering* yang masih jarang masyarakat ketahui dalam mengolah tulisan menjadi lebih indah dan fungsional akan mampu menjadi daya tarik dan pesan tersendiri.

## 4) ***Tone and Manner***

*Simple, vintage* dan profesional.

## 5) **Pemilihan Media**

Surat kabar, *billboard*, poster, *x banner*, *stationary*, Sosial Media (*Instagram, Facebook, Twitter*), *website, merchandise* (kaos, stiker, gantungan kunci, *artprint, box alat tulis, rollcase, totebag, mini artbook, patch, pin, sketchbook, dan pembatas buku*)

## 6) ***Mandatory***

Menggunakan nama atau desain *lettering* komunitas Surakarya, gambar produk dan beberapa elemen visual lainnya seperti *layout* dan warna identitas produk.



## **b. Konsep Visual Iklan**

Konsep visual media promosi akan menggunakan beberapa elemen yang ada di dalamnya seperti produk buku, desain *lettering* komunitas, warna dan ornamen. Kemudian dari elemen-elemen tersebut akan diaplikasikan ke berbagai media yang sudah dipersiapkan.

## **c. Konsep Verbal Iklan**

### **1) *Headline***

Pada *headline* yang akan digunakan pada media promosi nanti menggunakan elemen teks yang terdapat pada desain *lettering* buku yaitu Surakarya, dengan penambahan teks yang menginformasikan produk buku *lettering* komunitas Surakarya.

### **2) *Bodycopy***

Setelah *headline* dipilih, proses selanjutnya kalimat akan diperjelas melalui *bodycopy*. Pada bagian ini akan berisikan penjelasan tentang isi iklan, serta penjelasan mengenai jenis produk yang dipromosikan, seperti konten yang disajikan dan detail produk.

### **3) *Tagline***

Pada bagian selanjutnya, akan digunakan *tagline* pada iklan yaitu “*The Book of Lettering Community from Surakarta*”. Pada bagian ini menyerukan kalimat tentang keunggulan produk dimana produk ini merupakan sebuah produk buku *lettering* komunitas Surakarya dari kota Surakarta.

#### 4) **Tipografi**

Huruf yang digunakan di media promosi tidak berbeda dengan huruf yang ada pada produk buku yaitu menggunakan jenis *font serif*. Nama huruf yang dipakai adalah *font Controwell*. Huruf ini dipilih karena memiliki estetika dari segi bentuk, mudah dibaca dan mampu menyampaikan pesan dengan mudah. Sehingga konsumen mudah untuk mencerna dan mendapatkan informasi yang disajikan di media promosi. Dan sebagai variasi, dipilih jenis *font serif Constantia* dan *font sans serif Montserrat*, *font* ini dipilih sebagai variasi dari elemen visual yang akan disajikan sebagai pendukung konsep *vintage* yang dirancang.

#### 4. **Sketsa Aplikasi Media Promosi**

Pada bagian ini berisikan sketsa pengaplikasian desain yang sudah jadi ke berbagai media untuk dipromosikan. Berikut ini adalah konsep dan desain yang sudah terkonsep dan direncanakan secara matang.

##### a. **Surat kabar**

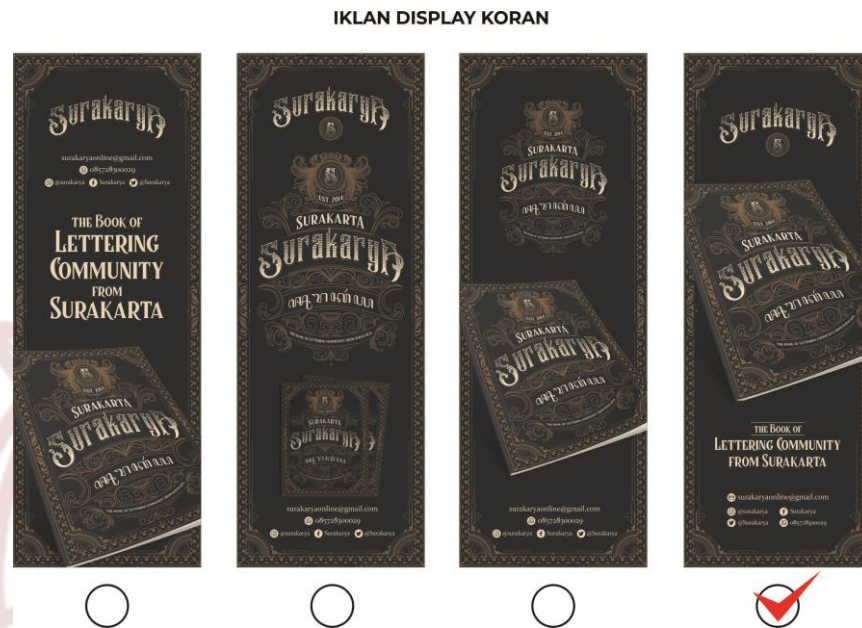
Surat kabar merupakan salah satu media untuk mendapatkan berbagai informasi, terkhusus informasi terbaru yang sedang diangkat. Di Indonesia terdapat berbagai macam surat kabar, dan di Surakarta sendiri terdapat surat kabar yang masih eksis hingga sekarang yaitu Solopos. Alasan adanya target demografis menentukan media ini sebagai salah satu media yang diperhitungkan. Dalam skala kecil, media surat kabar ini dipilih karena pada perusahaan atau perkantoran masih banyak yang berlangganan surat kabar sehingga mampu menyaring audiens pada lingkup perkantoran. Dan dalam

skala yang lebih luas, pemilihan media ini pada produk buku *lettering* komunitas Surakarya adalah sebagai pengenalan produk kepada masyarakat Surakarta hingga seluruh Indonesia. Adanya iklan tersebut diharapkan meningkatkan *awareness* terhadap produk lokal dari sebuah komunitas Surakarya yang ada di Surakarta, dimana dari iklan ini diharapkan mampu menembus pasar yang lebih luas di luar kalangan seniman ataupun dalam komunitas yang sama. Sehingga iklan akan menyaring target market yang baru di luar konsumen yang ditargetkan.



Gambar 61. Sketsa Iklan Display Koran  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

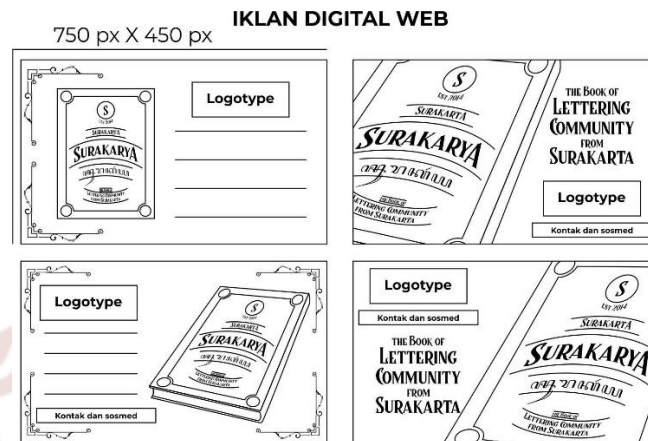
Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 62. Alternatif Desain Iklan *Display* Koran  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

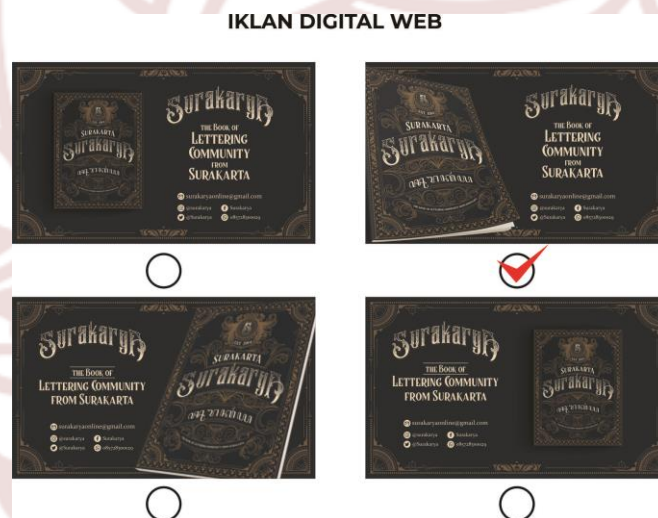
*Space* iklan yang akan digunakan nanti akan menggunakan dua pengaplikasian media, yaitu cetak dan *digital*. Untuk iklan cetak akan menggunakan iklan *display* FC dengan ukuran 2 kolom x 200 mmk (73 mm x 200 mm), dan untuk iklan *digital web* dan *mobile* akan menggunakan *first slider* (*Headline News ads*) pada *homepage* dengan spesifikasi *file* iklan JPG ukuran 750 X 450 *pixel*. Adanya dua tipe iklan ini memudahkan pemilik produk untuk menentukan biaya dan jadwal yang di inginkan ketika memasang iklan di koran ini. Pada kedua media iklan ini difungsikan sebagai strategi dalam menjaring dan mendapatkan audiens secara maksimal dari berbagai penikmat media cetak maupun *digital* dari Solopos.





Gambar 63. Sketsa Iklan *Digital Web* Koran Solopos  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 64. Alternatif Desain Iklan *Digital Web* Solopos  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## b. *Billboard*

Billboard merupakan media luar ruangan yang biasa terletak di pinggir jalan. Hal ini ditujukan untuk audiens yang lewat di daerah tersebut. *Billboard* ini rencana akan diletakan di beberapa titik pusat kota Solo yang sering terdapat

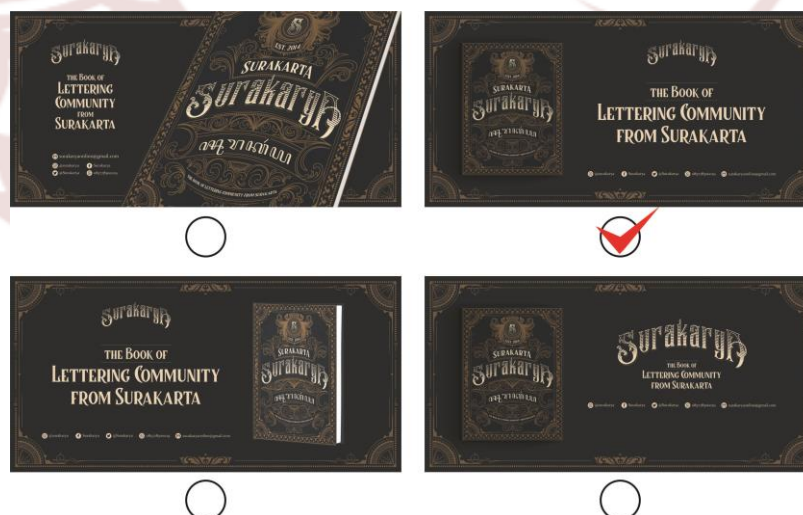


aktivitas masyarakat berskala tinggi, seperti *Billboard* SKABBFL005 Jl. Brigjend Slamet Riyadi No. 105, Keprabon, Banjarsari, Kota Surakarta. Spesifikasi pada *billboard* ini berorientasi horizontal dengan ukuran yang digunakan berukuran 5 x 10 meter.



Gambar 65. Sketsa Banner Iklan Billboard  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

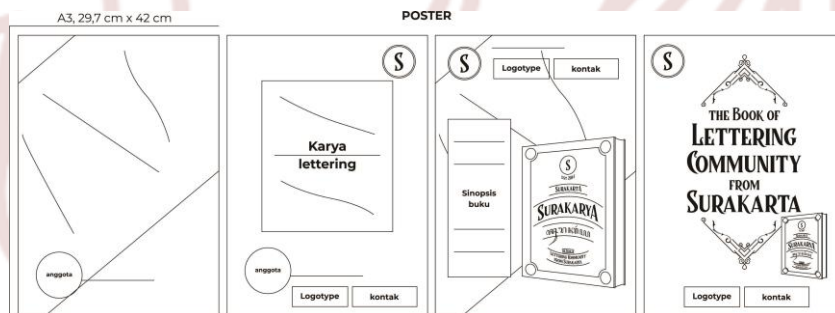
Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 66. Alternatif Desain Banner Iklan Billboard  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### c. Poster

Komunitas Surakarya merupakan komunitas yang berdomisili di kota Surakarta. Untuk menarik audiens dari segi visual dan mendapatkan informasi yang bersifat jelas, singkat namun tegas, maka dibutuhkan adanya poster. Poster nantinya tidak hanya disebar di titik-titik kota Surakarta saja, namun juga akan diaplikasikan di kota-kota yang memiliki komunitas *lettering* dari kota lain. Poster akan membantu menjelaskan tentang produk dari komunitas yang akan dijual. Berikut ini adalah sketsa alternatif poster.



Gambar 67. Sketsa Poster  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

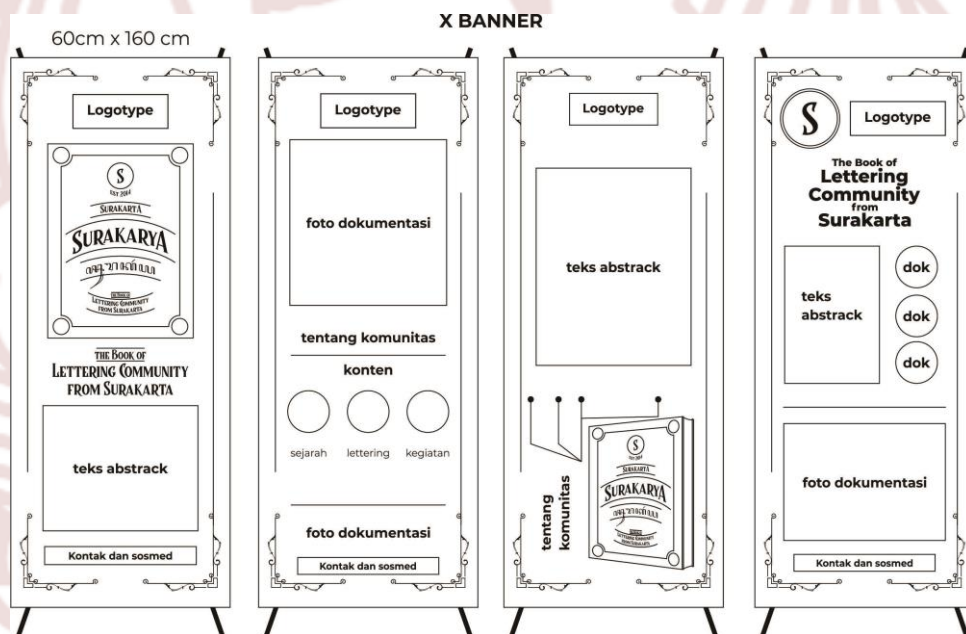
Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 68. Alternatif Desain Poster  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

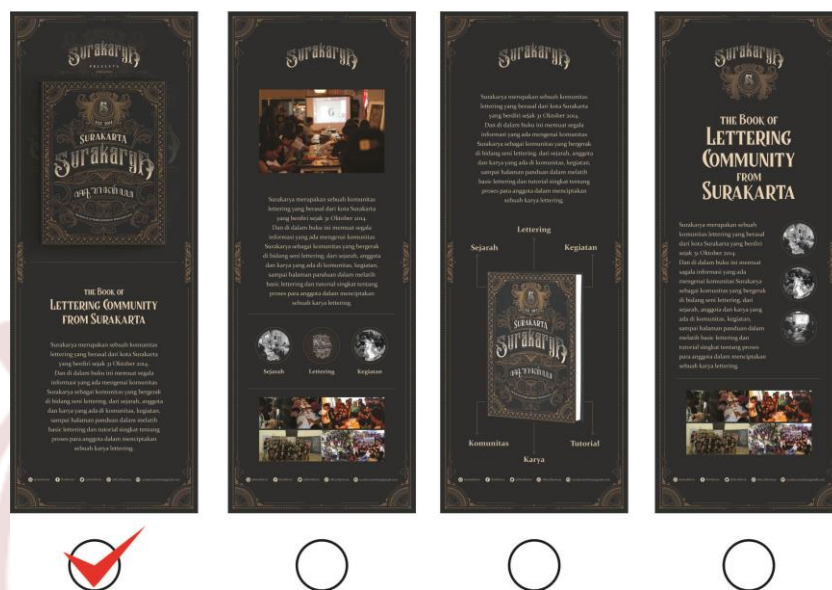
#### d. *X-Banner*

*X-banner* memberikan nilai dan pengaruh untuk memberikan tampilan menarik pada sebuah stand di setiap *event* yang diselenggarakan komunitas Surakarya. Hal ini akan menjadi efektif dan menjadi sorotan bagi pengunjung jika dilakukan dengan benar dan menampilkan rancangan desain yang menarik dan memberikan rasa keingintahuan yang besar terhadap apa yang ingin disampaikan.



Gambar 69. Sketsa *X Banner Outdoor*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih



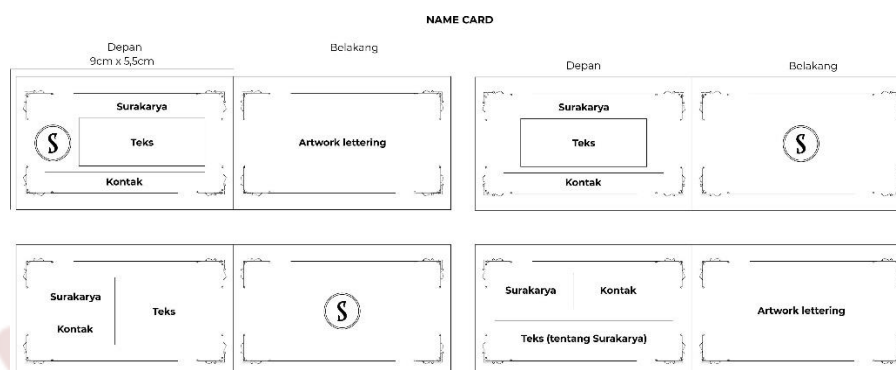
Gambar 70. Alternatif Desain X-Banner Outdoor  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## e. Stationary

### 1) Kartu Nama

Komunitas Surakarya kerap melakukan berbagai kegiatan dari dalam maupun luar kota dan berpartisipasi di setiap kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak-pihak tertentu maupun komunitas lettering di luar kota Surakarta. Di setiap kegiatan tersebut, pengenalan merupakan langkah awal dan paling penting. Maka pada saat pengenalan kepada audiens perlu adanya kartu nama, karena kartu nama merupakan media promosi yang efektif untuk pengenalan secara singkat dan instan dengan mencantumkan kontak. Dengan mencantumkan nama dan kontak akan memberikan dampak yang berkelanjutan tentang informasi yang akan digali. Kartu nama sangat membantu untuk menarik audiens dalam menggali informasi lebih lanjut dan menjelaskan tentang apa itu komunitas Surakarya dan produk apa yang dijual.





Gambar 71. Sketsa Kartu Nama  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah melalui tahap sketsa kemudian melalui tahap perancangan dan digitalisasi pada komputer.

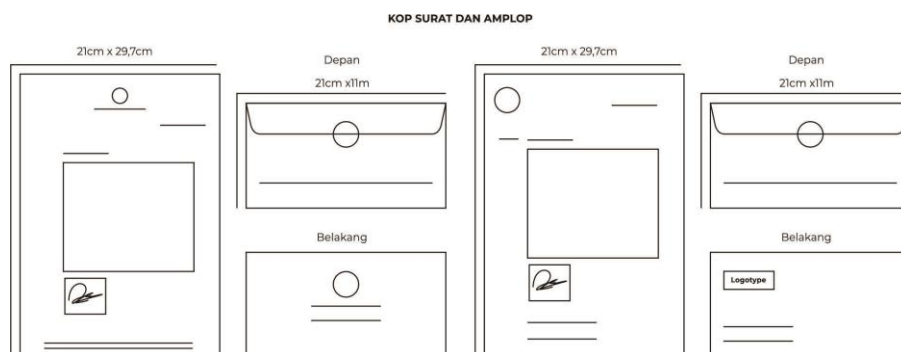


Gambar 72. Alternatif Desain Kartu Nama  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## 2) Kop surat dan Amplop

Untuk keperluan korespondensi (surat-menyurat), amplop dan kop surat merupakan dua hal yang sangat penting dalam hubungan profesionalisme antar lembaga. Desain amplop surat ini menggunakan unsur grafis dan elemen-elemen visual dan warna sebagai identitas dari produk utama buku komunitas Surakarya.





Gambar 73. Sketsa Kop Surat dan Amplop  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah tahap sketsa selesai, tahap selanjutnya adalah tahap digitalisasi.

Pada desain menggunakan konsep desain yang simple dan elegan.



Gambar 74. Alternatif Desain Kop Surat dan Amplop  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### 3) Nota

Desain nota ini menggunakan elemen visual dari desain produk buku komunitas yang diterapkan dengan lebih simpel namun fungsional. Dalam perancangan desain nota ini terdapat informasi kontak, waktu, nama komunitas, jenis produk, jumlah produk, jumlah harga, alamat, tanda tangan, dan nomor telepon. Nota ini akan digunakan sebagai alat bukti pembayaran yang sah dari komunitas Surakarya atas penjualan produk yang telah terjual.

**NOTA/INVOICE**

11cm x 9cm

**Logotype**

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

**Kontak dan sosmed**

**Logotype**

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

**Kontak dan sosmed**

Gambar 75. Sketsa Nota  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah konsep sketsa jadi, kemudian dilakukan tahap digitalisasi.

**SURAKARYA**

Surakarya  
Surakarta, Indonesia  
08121080000  
surakaryainline@gmail.com

---

**INVOICE** KEPADA:

Nomor: 00000 Tanggal: 01 January 2020

DESKRIPSI	HARGA	QTY	TOTAL

**TOTAL**

METODE PEMBAYARAN: Wendy Wahyu Kerasnang

Terima kasih

[@surakarya](#) [@surakarya](#) [@surakarya](#) [@surakarya](#) [@surakarya](#)

**SURAKARYA**

Surakarya  
Surakarta, Indonesia  
08121080000  
surakaryainline@gmail.com

---

**INVOICE** KEPADA:

Nomor: 00000 Tanggal: 01 January 2020

DESKRIPSI	HARGA	QTY	TOTAL

**TOTAL**

METODE PEMBAYARAN: Wendy Wahyu Kerasnang

Terima kasih

[@surakarya](#) [@surakarya](#) [@surakarya](#) [@surakarya](#) [@surakarya](#)

Gambar 76. Alternatif Desain Nota  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### 4) Stempel

Stempel diperlukan sebagai alat pengesahan dalam surat menyurat maupun pembayaran. Sebagai alternatif, desain stempel ini menggunakan 2 buah bentuk desain yakni lingkaran dan persegi panjang. Kedua bentuk alternatif bentuk desain stempel ini dipilih karena merupakan bentuk stempel yang sering digunakan. Desain stempel lingkaran menggunakan logo monogram komunitas Surakarya,

sedangkan pada stempel persegi panjang terbagi menjadi 2 bagian, yaitu menggunakan logo Surakarya, dan keterangan komunitas *lettering* Surakarta.

### STEMPEL



Gambar 77. Sketsa Stempel  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah tahap proses konsep selesai, tahap selanjutnya adalah digitalisasi pada konsep desain stempel sebelumnya.

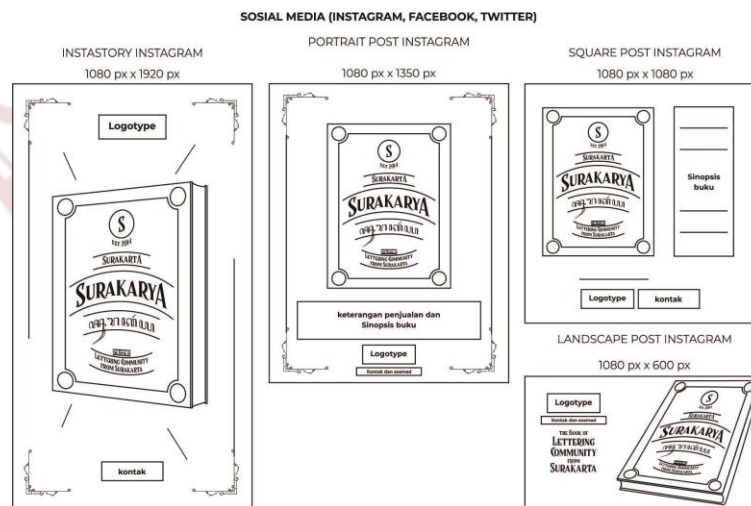


Gambar 78. Alternatif Desain Stempel  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### f. Sosial Media

Desain promosi digital berupa sosial media dirancang guna memfasilitasi para audiens mengenai informasi produk yang akan *publish*. Melalui sosial media yang sudah ada dari komunitas Surakarya, khususnya Instagram dan terhitung aktif dan dikenal di kalangan komunitas, dari promosi melalui media sosial ini diharapkan mampu menjadi strategi promosi buku yang paling efektif. Desain

sosial media ini menggunakan format yang difokuskan pada Instagram dengan menggunakan unsur grafis dan elemen-elemen visual dan warna yang ada pada desain produk utama buku komunitas Surakarya.



Gambar 79. Sketsa Desain Sosial Media  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 80. Alternatif Desain Sosial Media  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### g. *Merchandise*

Desain *merchandise* buku komunitas Surakarya terdiri dari beberapa desain seperti kaos, stiker, gantungan kunci, *artprint*, *roll case*, *totebag*, *brushpen*, *mini artbook*, *patch*, *pin*, *sketchbook*, *leather journal*, dan pembatas buku. *Merchandise* tersebut dapat digunakan sebagai identitas anggota komunitas, sebagai produk pendukung untuk *income* dan media promosi komunitas, serta diperuntukkan kepada para audiens yang datang di setiap *event* yang diadakan oleh komunitas ataupun yang ingin ikut bergabung menjadi anggota dalam komunitas.

#### 1) **Kaos**

Desain kaos untuk komunitas Surakarya akan menggunakan desain *lettering* pada *cover* buku Surakarya. Dalam beberapa opsi desain *lettering* pada kaos akan menggunakan desain dari beberapa anggota yang sudah *expert* di bidang *lettering*. Untuk warna dasar yang dapat dipilih akan menggunakan warna hitam dan putih, sesuai dengan warna identitas visual pada desain buku Surakarya. Pada desain *lettering* diaplikasikan pada bagian depan kaos, dan untuk logo Surakarya diaplikasikan pada bagian belakang atas.



Gambar 81. Sketsa Desain Kaos  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)



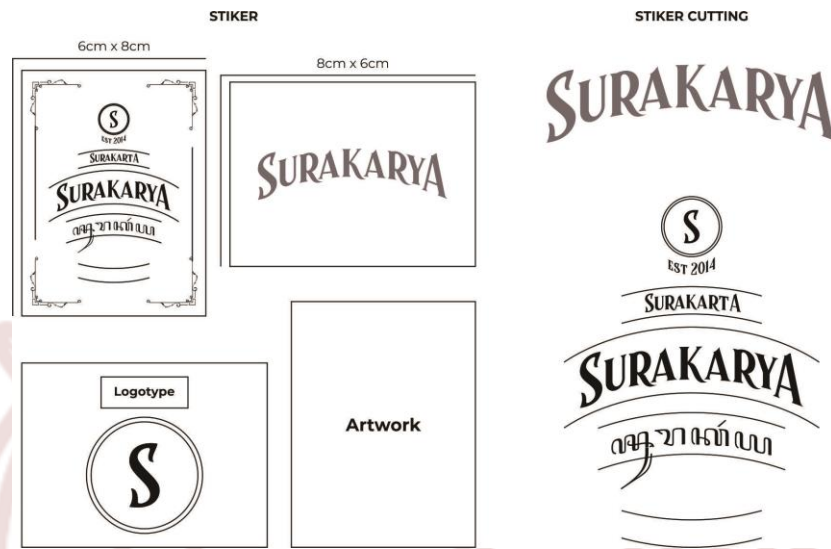
Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 82. Alternatif Desain Kaos  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## 2) Stiker

Stiker dapat difungsikan sebagai *souvenir* bagi para *audiens* ketika komunitas Surakarya mengadakan acara tertentu. Desain pada stiker ini juga akan menggunakan desain dari nama, logo, Aksara Jawa nama Surakarya dan juga desain *lettering* dari para anggota komunitas.



Gambar 83. Sketsa Stiker  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Pada stiker ini memiliki konsep visual desain yang seirama dengan identitas visual dari desain buku sebelumnya. Lalu setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 84. Alternatif Desain Stiker  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

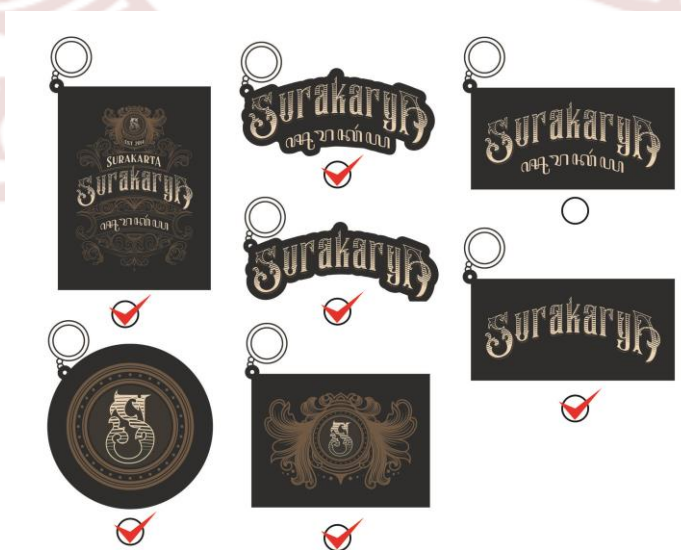
### 3) Gantungan kunci

Sama halnya dengan desain stiker dan kaos sebelumnya, desain gantungan kunci ini juga terdiri atas desain logo, nama komunitas Surakarya dan desain *lettering* para anggota komunitas dengan beberapa penerapan elemen warna dari identitas visual desain buku sebelumnya yang telah dirancang.



Gambar 85. Sketsa Gantungan Kunci  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

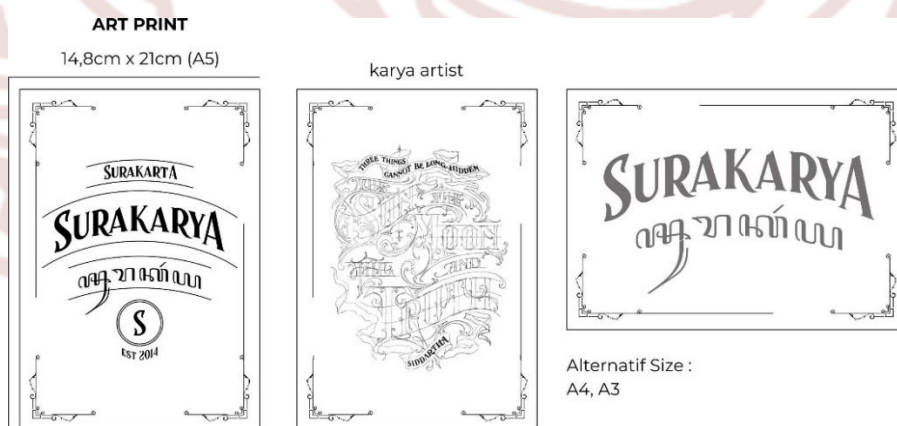
Dan hasil gantungan kunci yang sudah melalui proses sketsa, masuk ke tahap desain digital di komputer.



Gambar 86. Alternatif Desain Gantungan Kunci  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

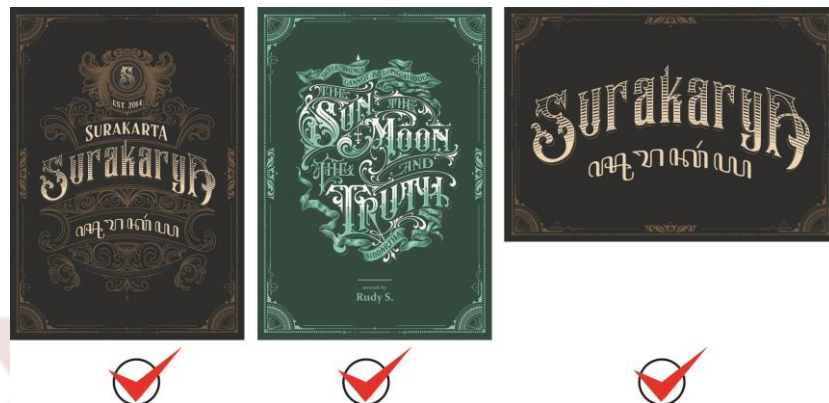
#### 4) *Art Print*

Pada *artprint* nantinya akan menggunakan dua variasi desain, desain dari konsep desain *cover* buku dan juga karya *lettering* dari para anggota. Untuk karya *lettering* dari para anggota komunitas yang diaplikasikan sebagai *artprint* memiliki konsep desain warna yang berbeda dari konsep warna pada buku karena desain yang akan digunakan sebagai *artprint* nantinya menggunakan karya-karya *lettering* dari para anggota komunitas untuk memberikan variasi desain. *Artprint* nantinya akan di cetak ke dalam media kertas linen. Kertas linen dipilih karena merupakan kertas yang memiliki tekstur gliter atau kasar pada permukaannya, sehingga akan menimbulkan karya tidak hanya seperti tercetak saja, namun memiliki nilai lebih dari tekstur kertas, baik dari segi visual maupun nilai jual.



Gambar 87. Sketsa Desain *Artprint*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

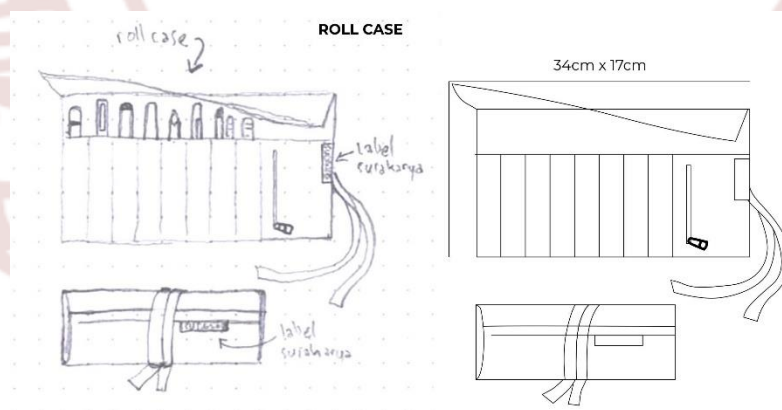
Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 88. Alternatif Desain Artprint  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### 5) *Roll Case*

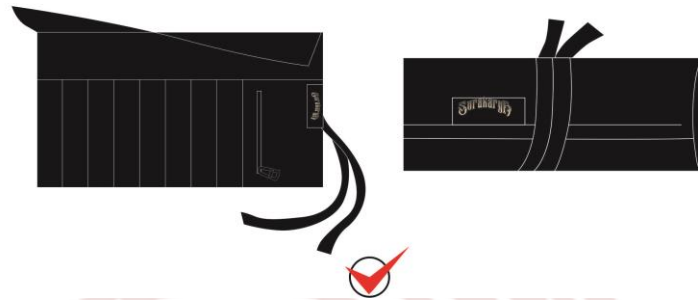
*Roll Case* berfungsi sebagai wadah alat tulis yang digunakan untuk membuat berbagai macam karya *lettering*. *Roll case* ini akan memakai kain *canvas* dengan warna hitam untuk menghindari warna bekas hitam atau warna lain pada alat tulis. Dirancang dengan ukuran panjang 34 cm x lebar 17 cm, lalu pada bagian dalam terdapat label Surakarya.



Gambar 89. Sketsa *Roll Case*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi.





Gambar 90. Desain *Roll Case*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### 6) *Totebag*

Ketika *event* Surakarya berlangsung, pengunjung yang membeli barang berlebih akan mencari wadah seperti *totebag* untuk membawa barang-barang bawaannya. Selain sebagai alat wadah barang, *totebag* di kalangan komunitas maupun penikmat seni juga merupakan sebuah *trend* yang wajib dikenakan. Berikut ini adalah beberapa konsep alternatif desain yang diaplikasikan ke dalam *totebag*.



Gambar 91. Sketsa Desain *Totebag*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 92. Alternatif Desain *Totebag*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### 7) *Mini artbook*

*Mini artbook* digunakan sebagai format portofolio yang dimiliki komunitas yang di dalamnya di isi berbagai karya *lettering* dari para anggota komunitas Surakarya. Selain sebagai bentuk fisik yang digunakan untuk mengumpulkan dan melihat karya-karya *lettering* dari komunitas, *mini artbook* ini juga dapat dijadikan sebagai *merchandise* yang dapat dimiliki oleh pengunjung yang dari hanya sekedar berkunjung ataupun ingin bergabung dengan komunitas. Format desain yang digunakan tidak jauh dari konsep visual dari buku komunitas Surakarya, hanya ada beberapa elemen yang dirubah dan disesuaikan dengan *mini artbook* yang dirancang.



Gambar 93. Alternatif Sketsa Desain *Mini Artbook*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 94. Alternatif Desain *Mini Artbook*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### 8) **Patch**

Desain *patch* memiliki tiga pilihan warna dasar. Ketiga pilihan warna tersebut diambil dari warna-warna pada konsep buku komunitas Surakarya. Adapun pilihan warnanya yaitu putih, hijau gelap, dan coklat keemasan. *Patch* ini juga bisa berdiri sendiri sebagai karya, *merchandise* dan juga bisa dijadikan satu kesatuan dalam *fashion*, seperti di kaos, tas, topi dan lain-lain. Bahan *patch* ini menggunakan jenis kain yang dibordir.

# **PATCH**



Gambar 95. Sketsa *Patch*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

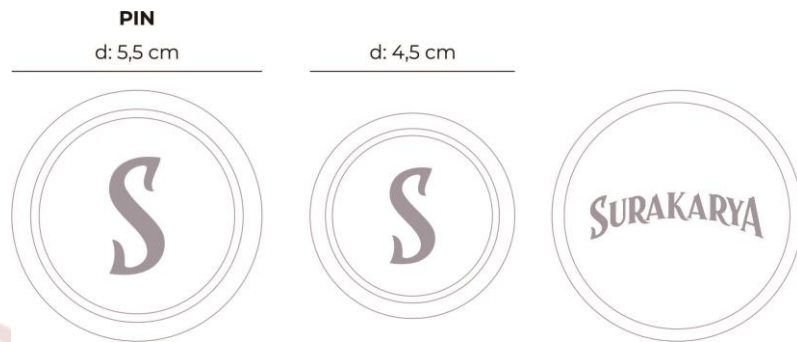
Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.



Gambar 96. Alternatif Desain *Patch*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

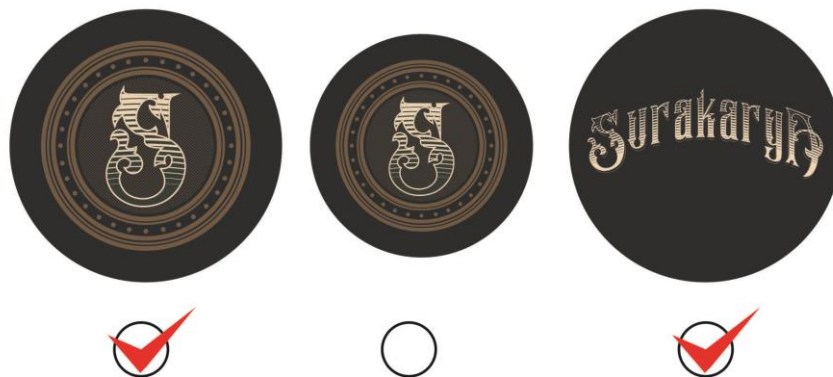
## 9) **Pin**

Pin juga menjadi salah satu *merchandise*. Setelah sketsa jadi, konsep di desain pada komputer untuk diaplikasikan pada *mockup*. Berikut ini adalah hasil sketsa yang sudah jadi.



Gambar 97. Sketsa *Pin*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah sketsa jadi, dilakukan proses digitalisasi pada komputer untuk melihat hasil visual desain yang telah terkonsep. Berikut ini adalah hasil yang sudah jadi dan terpilih.

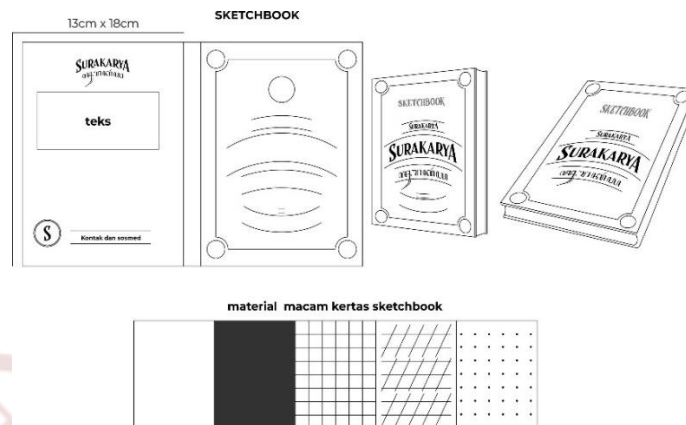


Gambar 98. Alternatif Desain *Pin*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### 10) *Sketchbook*

Pada desain *sketchbook* ini terdiri atas warna dasar yang diambil dari elemen-elemen warna buku Surakarya. Dan dalam isi *sketchbook* ini terdapat lima jenis kertas, dari kertas polos, kertas hitam, kotak-kotak, garis miring dan dots.





Gambar 99. Sketsa *Sketchbook*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

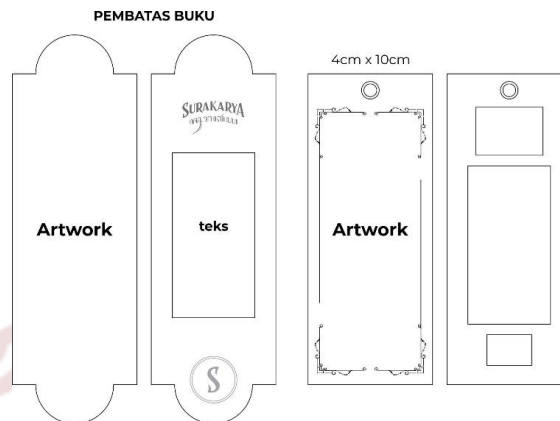
Pada *cover sketchbook* ini memiliki konsep warna yang sama dengan *cover* buku Surakarya. Dan berikut hasil desain *cover sketchbook* yang sudah melalui tahap rancangan pada komputer.



Gambar 100. Desain *Sketchbook*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

### 11) *Pembatas Buku*

Pada desain pembatas buku ini terdiri dari tiga warna dasar yang diambil dari elemen warna pada perancangan buku Surakarya.



Gambar 101. Sketsa Pembatas Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Pada pembatas buku ini juga memiliki konsep desain berbeda untuk memberikan variasi visual desain. Dan berikut hasil pembatas buku yang sudah melalui tahap digitalisasi di komputer.

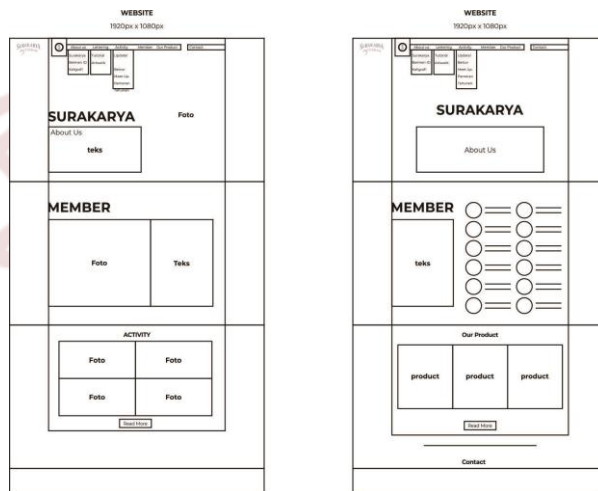


Gambar 102. Alternatif Desain Pembatas Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

#### h. Website

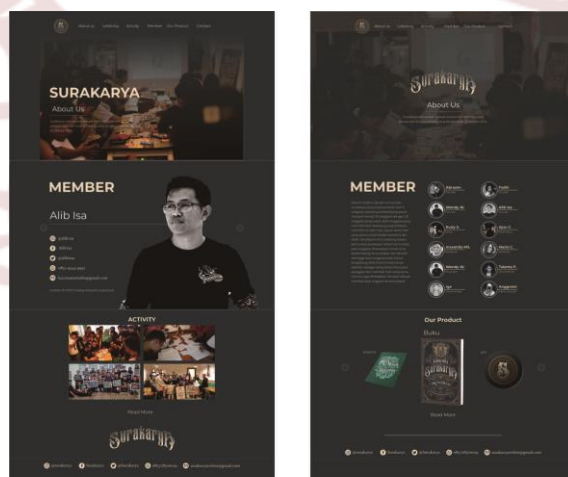
Desain *website* Surakarya dirancang guna memfasilitasi para audiens yang ingin mencari informasi secara menyeluruh tentang komunitas Surakarya. Pada rancangan *website* ini akan menyuguhkan berbagai macam informasi secara mendetail, dari mengenai apa itu komunitas Surakarya, Belmen ID, kaligrafina, apa itu seni *lettering*, tutorial singkat, kegiatan yang

diselenggarakan, portofolio karya-karya komunitas Surakarya, sampai macam produk yang dapat dibeli melalui fitur belanja pada *website*. Berikut ini adalah beberapa desain alternatif desain *website* Surakarya.



Gambar 103. Sketsa Desain *Website*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

Setelah tahap konsep selesai dirancang, maka konsep langsung dieksekusi pada komputer untuk melihat hasil akhir rancangan *website* secara menyeluruh.



Gambar 104. Alternatif Desain *Website*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2019)

## BAB IV

### VISUALISASI KARYA

Perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya mencakup beragam desain yang meliputi desain *cover* buku, tipografi, *artwork lettering*, *layout* buku, promosi, dan merchandise. Berikut merupakan penjabarannya:

#### A. Cover Buku

##### 1. *Lettering*

Pada perancangan desain *lettering* ini digunakan dalam halaman sampul atau *cover* depan sebagai judul buku, visual utama dan juga digunakan dalam kegiatan promosi ataupun pengaplikasian pada *merchandise*.

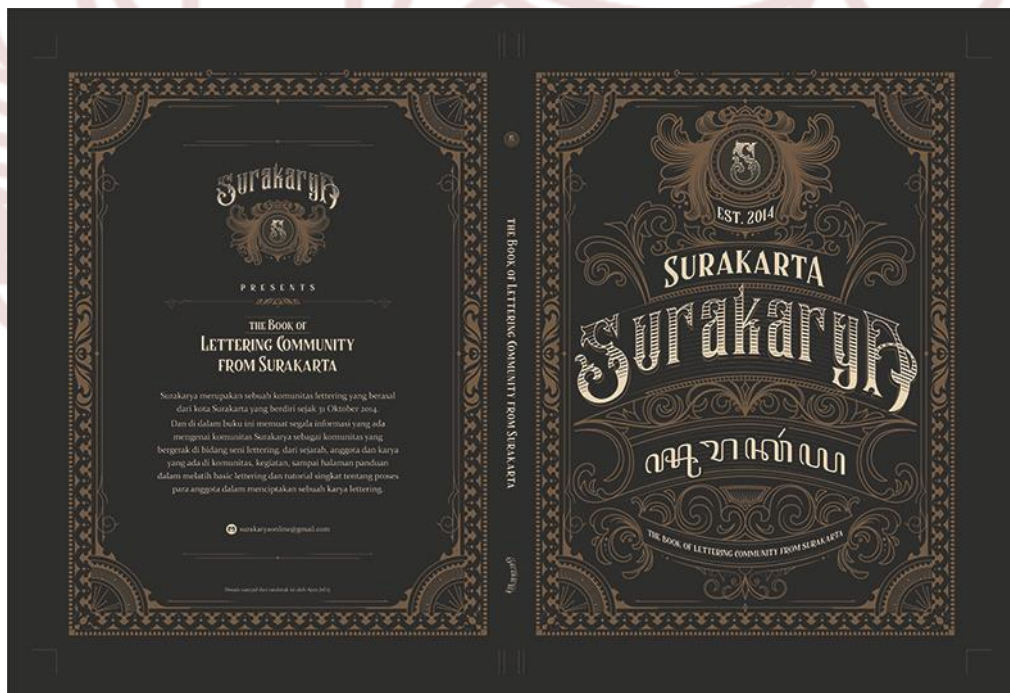
Perancangan desain *lettering* yang digunakan pada cover sebagai judul sekaligus visual utama, dirancang khusus untuk menyesuaikan konsep dari komunitas *lettering* yang diangkat serta konsep kreatif yang telah ditetapkan, oleh sebab itu diperoleh desain *lettering* seperti gambar di bawah ini.



Gambar 105. Desain *Lettering Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

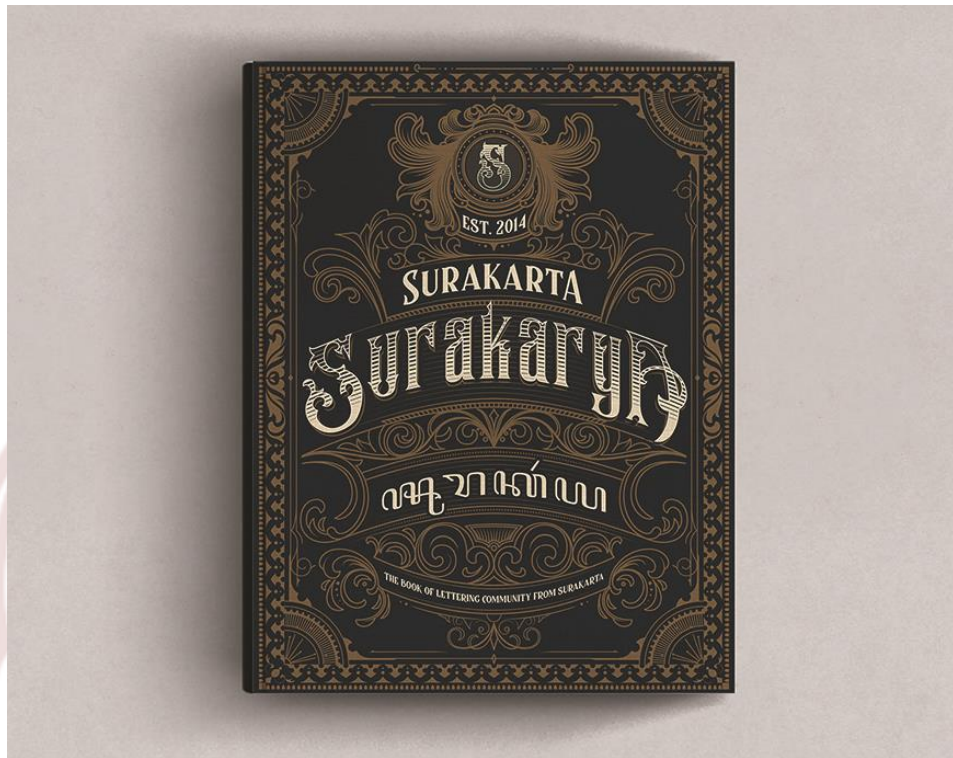
## 2. Cover Buku

Cover buku komunitas *lettering* Surakarya menggunakan teknik seni *lettering*. Teknik *lettering* ini dirancang berdasarkan komunitas *lettering* Surakarya yang diusung. Desain *lettering* beserta tipografi dan ornamen yang diaplikasikan diambil dari konsep kreatif pada tema yang diangkat, yaitu *vintage* dengan gaya *Victorian Decorative*, dan dengan menggunakan warna coklat krem, coklat *gold*, dan dominan *background* warna hijau gelap yang diselaraskan akan menambah cita rasa kesan *vintage* yang diusung. dari situlah desain *cover* buku ini terbentuk. Dan pada desain buku ini memiliki ukuran 18 cm x 24 cm, ukuran ini dibuat berdasar standar tingkat keterbacaan dan muatan dari visual yang ditampilkan.



Gambar 106. Desain Cover Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)





Gambar 107. *Mockup Desain Cover Buku Surakarya*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

### 3. Dust Cover

Dust Cover atau Jaket Debu buku lettering komunitas Surakarya menggunakan rancangan visual dan pengaplikasian dari konsep desain cover utama buku Surakarya, dari elemen warna dan desain yang serupa. *Dust Cover* ini sendiri memiliki manfaat dalam melindungi *cover* utama buku dari kerusakan, dan secara visual juga memiliki nilai praktis dan estetika. Dan pada desain Dust Cover ini memiliki ukuran 48 cm x 24 cm, ukuran ini dibuat lebih memanjang dari ukuran sebenarnya *cover* buku untuk menutupi dan menyelimuti keseluruhan tampilan luar buku.



Gambar 108. Desain *Dust Cover* Buku Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

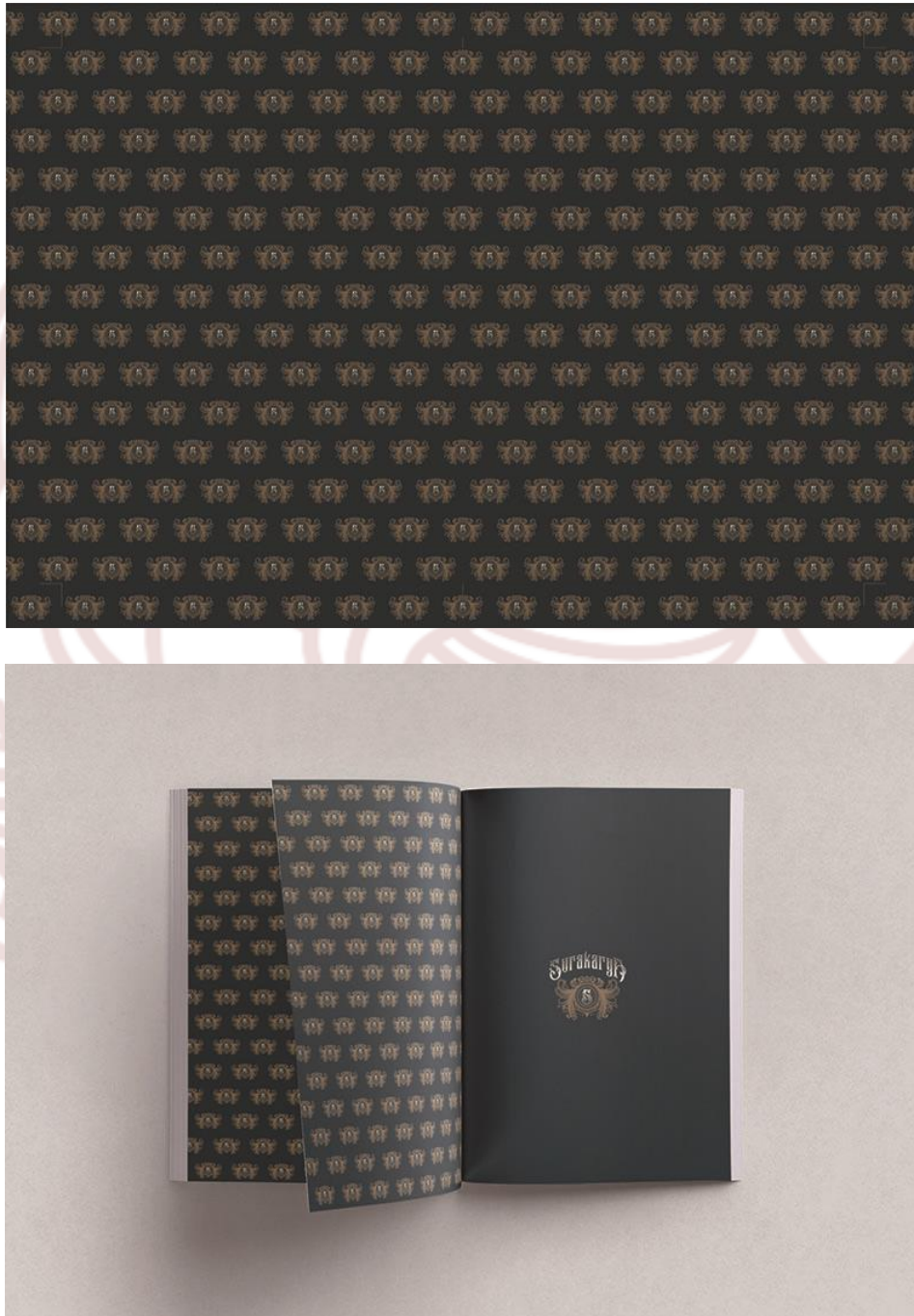
## B. *Layout* Buku

*Layout* buku ini berisi gabungan dari materi yang telah terkumpul dan menjadi konten yang mampu dibungkus dengan baik, dari visual maupun teks. Serta dirancang dari segi visual maupun verbal sehingga menjadi halaman buku yang mudah untuk dibaca dan dinikmati dengan mudah. Penyusunan penulisan ini tidak disesuaikan dengan halaman buku, akan tetapi dibagi atas per bab dari masing-masing konten yang berbeda yang disesuaikan dengan pesan dan rancangan visual yang ingin disampaikan.

### 1. *Pattern Cover* Dalam dan Halaman Balik Cover

Elemen pada *layout* sampul dalam dan halaman balik sampul menggunakan elemen yang sama dengan *cover* buku komunitas Surakarya. *Layout cover* dalam terdapat tiga halaman dari desain ornamen inisial S pada Komunitas Surakarya yang di desain menjadi sebuah *pattern*. Lalu pada satu halaman berikutnya hanya menampilkan desain *lettering* nama Surakarya dan inisial huruf S yang

dipadukan pada *cover* yang telah dibuat dengan dominan warna background hijau tua.



Gambar 109. Desain *Pattern Cover* Dalam dan Halaman Balik *Cover* Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## 2. *Layout* Daftar Data Penulis dan Konten Buku

*Layout* pada daftar data penulis dan konten buku ini di aplikasikan pada satu halaman, dimana pada halaman ini berisi daftar nama-nama para penulis, narasumber, kontributor, *layouter*, penyunting isi, perancang sampul dan isi, serta hak cipta buku.



Gambar 110. *Layout* Daftar Data Penulis dan Konten Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## 3. *Layout* Kata Pengantar

*Layout* pada kata pengantar terdapat dua halaman, dimana pada dua halaman ini berupa teks naskah.





Gambar 111. *Layout* Kata Pengantar  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

*Layout* pada kata pengantar ini berisi tentang sebuah kalimat pembuka dan sebagai pengantar dari penulis bagi pembaca, dimana dalam kata pengantar ini tidak hanya sebagai kalimat pembuka dari penulis, namun juga terdapat pembahasan singkat dari penulis mengenai *lettering*, seperti apa perkembangan *lettering* dan komunitasnya di Indonesia, terkhusus Surakarta.

#### 4. *Layout* Ucapan Terima Kasih

*Layout* pada halaman Ucapan terima kasih ini menggunakan sistem Manuscript Grid. Pada halaman ini disertakan teks naskah ucapan terima kasih dari perancang buku dan di sisipkan karya mural dari komunitas Surakarta sebagai isian gambar visual.

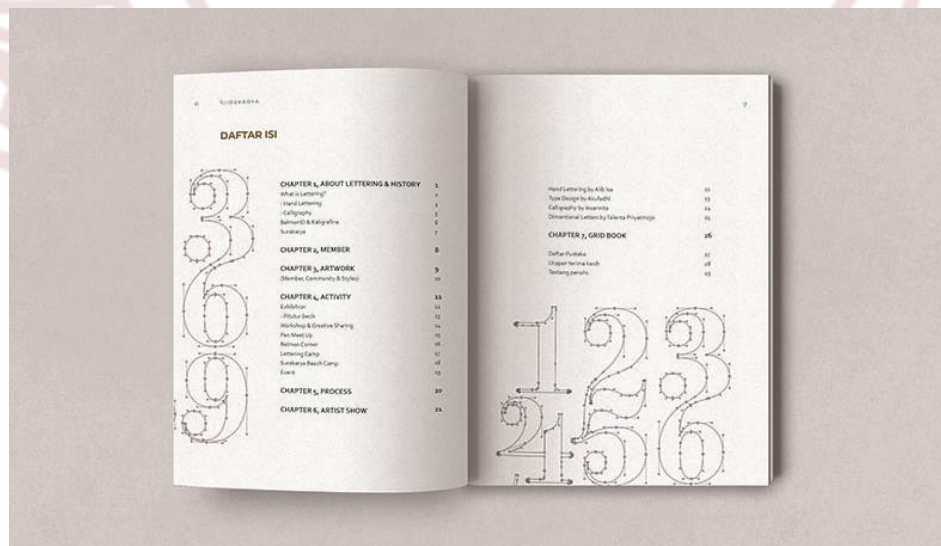




Gambar 112. *Layout* Halaman Ucapan Terima Kasih  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## 5. *Layout* Daftar Isi

Pada *layout* pertama ini berisikan daftar isi dari konten buku yang disajikan, daftar isi ini akan memudahkan bagi pembaca untuk mengetahui letak-letak dari konten yang ada pada buku melalui subjudul dan nomer halaman yang disusun.



Gambar 113. *Layout* Daftar Isi  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## 6. *Artwork*

Di setiap halaman isi buku yang disajikan, disisipkan *artwork* atau karya dari para anggota komunitas di dalamnya, dimana *artwork* ini disajikan pada satu halaman dan dua halaman penuh. Pada satu halaman *layout* dan didampingkan dengan halaman bab yang difungsikan sebagai pengantar setiap bab pembahasan. Dan pada dua halaman penuh disisipkan pada setiap pembahasan bab di dalamnya. Dan pada *artwork* yang ditampilkan terdapat nama pengkarya sebagai penjas pemilik karya.



Gambar 114. Halaman *Artwork*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## 7. **Bab atau Chapter Halaman Isi Buku**

Isi pada buku Surakarya terdapat tujuh bab, yang pertama pembahasan singkat tentang *lettering* dan sejarah komunitas, yang ke dua bab anggota yang ada di dalam komunitas, bab ke tiga menampilkan karya dari para anggota, bab ke empat kegiatan-kegiatan komunitas Surakarya, bab ke lima proses dari masing-masing anggota yang sudah *expert* di seni *lettering*, bab ke enam *artist*

*show*, dimana terdapat beberapa pembahasan dan pelatihan ringkas tentang *lettering*, dan bab ke tujuh menampilkan beberapa *guide sheets* sebagai acuan latihan *basic lettering* dan kaligrafi.



Gambar 115. Halaman Bab Isi Buku  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## 8. **Layout Bab 1 (Satu), Tentang *Lettering* dan Sejarah**

*Layout* pada bab satu ini membahas secara ringkas tentang apa itu *lettering* dan seperti apa sejarah dan perkembangannya.

### a. **Tentang *Lettering* dan Sejarah**

*Layout* pada sub bab pertama, terdapat beberapa halaman dimana pada sub bab ini menjabarkan dan membahas seputar *lettering* dan kaligrafi, pada *layout* teks naskah yang disuguhkan juga terdapat berbagai macam contoh karya *lettering* dan kaligrafi yang digunakan untuk mempertegas dan memberikan penggambaran yang lebih jelas melalui gambar *artwork* yang ditampilkan.



Gambar 116. *Layout Tentang Lettering*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Lalu pada pembahasan sejarah terdapat dua halaman berupa teks naskah dan diberikan tampilan *artwork* berupa proses *sketch* dalam pembuatan *lettering* sebagai penambah elemen visual dan juga penggambaran proses awal mula munculnya seni lettering dari gaya kaligrafi yang diangkat pada gambar yang ditampilkan.



Gambar 117. *Layout Sejarah dan Perkembangan Lettering*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)



## b. BelmenID, Kaligrafina dan Komunitas

*Layout* pada sub bab kedua, terdapat dua halaman dimana pada sub bab ini disertakan teks naskah yang menjabarkan dan membahas tentang Belmen ID dan Kaligrafina sebagai merchusuar awal dan utama adanya pergerakan dan sebagai wadah bagi para penggiat seni *lettering* di Indonesia, serta komunitas-komunitas *lettering* yang terbentuk dan berkembang di Indonesia di bawah naungan Belmen ID dan Kaligrafina. Dan pada sub bab ini diberikan tampilan beberapa dokumentasi kegiatan yang dilaksanakan komunitas di seluruh Indonesia.



Gambar 118. *Layout* Halaman Komunitas *Lettering*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## c. Surakarya

*Layout* pada sub bab ke tiga, terdapat dua halaman dimana pada sub bab ini disertakan naskah yang menjelaskan tentang komunitas Surakarya. Dan pada sub Bab ini diberikan tampilan beberapa dokumentasi kegiatan dan artwork dari para anggota yang ada di Surakarya.





Gambar 119. *Layout* Halaman Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## 9. *Layout* Bab 2 (Dua), Anggota

*Layout* pada Bab dua anggota, menggunakan *modular grid* dimana dari *layout* ini menampilkan data dan profil dari semua anggota yang ada di komunitas Surakarya.



Gambar 120. *Layout* Halaman Bab Dua, Anggota  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

### 10. *Layout* Bab 3 (Tiga), Karya

*Layout* pada Bab tiga Karya, menampilkan berbagai macam karya *lettering* yang telah dibuat oleh para anggota selama bergabung dan menjadi anggota komunitas Surakarya. Sistem *grid* pada *layout* bab tiga ini menggunakan *Hierarchical Grid*. Pada Bab ini ditujukan untuk menampilkan dan memperlihatkan karya-karya *lettering* dari para anggota komunitas Surakarya.



Gambar 121. *Layout* Halaman Bab Tiga, Karya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

### 11. *Layout* Bab 4 (Empat), Kegiatan

*Layout* pada Bab empat, Kegiatan, menggunakan sistem *grid* Eksplorasi *Grid*. pada bab ini terdapat beberapa halaman dimana didalamnya disertakan naskah yang menjelaskan tentang berbagai macam kegiatan yang telah diadakan oleh komunitas Surakarya dengan menampilkan berbagai macam dokumentasi dari kegiatan-kegiatannya, seperti pameran Pitutur Becik, *Workshop* dan *Creative Sharing*, *Pen Meet Up*, *Belmen Corner*, *Lettering Camp*, *Surakarya Beach Camp* dan ikut dalam meramaikan berbagai macam *event* yang ada, khususnya di kota Surakarta.



Gambar 122. *Layout* Halaman Bab Empat, Kegiatan  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

## 12. *Layout* Bab 5 (Lima), Proses

*Layout* pada Bab lima, Proses, menggunakan sistem eksplorasi *grid*. Pada bab ini terdapat beberapa halaman dimana di dalamnya disertakan data anggota, cerita personal dari pengkarya, dan keterangan berupa teks dari pengkarya untuk menjelaskan proses di setiap bagian gambar karya yang ditampilkan. Dalam bab ini bertujuan sebagai metode belajar bagi pembaca dan sebagai media para pengkarya dalam membagikan proses mereka membuat sebuah karya *lettering* maupun kaligrafi.

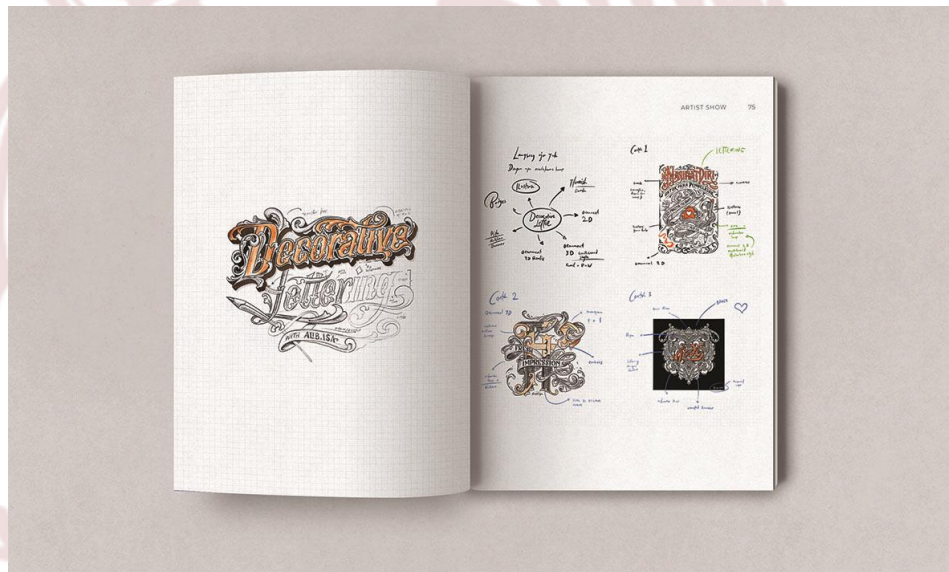


Gambar 123. *Layout* Halaman Bab Lima, Proses  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)



### 13. *Layout Bab 6 (Enam), Artist Show*

*Layout* pada Bab enam, *Artist Show*, menggunakan sistem *Manuscript Grid*. Pada bab ini terdapat beberapa halaman dimana di dalamnya disertakan halaman berupa proses dan tips Alib Isa dan Insannita dalam metode belajar, menguasai gaya *lettering* mereka dan membuat karya *lettering*.



Gambar 124. *Layout Halaman Bab Enam, Artist Show*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

### 14. *Layout Bab 7 (Tujuh), Guide Sheets*

*Layout* pada bab tujuh, *Guide Sheets*, menggunakan sistem *Manuscript Grid*. Pada bab ini terdapat beberapa halaman dimana di dalamnya disertakan *guide sheets* dengan berbagai macam ukuran dan macam metode *grid*, dari *Basic Brush Calligraphy Practice Sheets*, *Reguler Demo Sheets*, dan *Copperplate*. Dalam bab ini bertujuan sebagai metode belajar bagi pembaca untuk memberikan referensi media apa yang digunakan, bagaimana awal mula untuk belajar dan berlatih dasar dari sebuah hand lettering dan kaligrafi melalui *guide sheets* yang disediakan.



Gambar 125. Layout Halaman Bab Tujuh, *Guide Sheets*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

### C. Promosi

Promosi ini berisi media yang digunakan dalam kegiatan promosi awal, seperti Surat kabar, *Billboard*, Poster, *X-Banner*, *Stationary*, Sosial Media, *Website* dan *Merchandise*. Berikut merupakan penjabarannya.

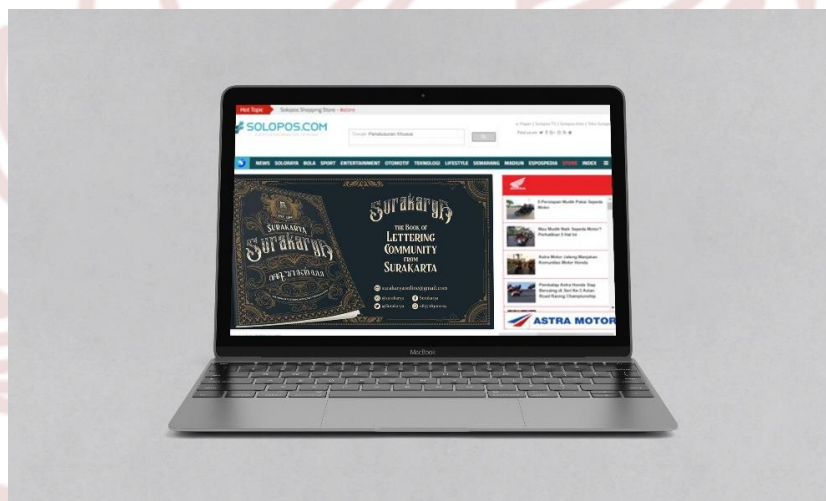
#### 1. Surat Kabar

Pemilihan media promosi dalam mempromosikan buku komunitas *lettering* Surakarya ini menggunakan surat kabar. Surat kabar yang dipilih dan digunakan sebagai medianya adalah Solopos. Solopos dipilih karena merupakan media surat kabar yang mendominasi yang ada di kota Solo atau Surakarta, sehingga adanya potensi target demografis menjadi salah satu media yang diperhitungkan. Dalam skala kecil, media surat kabar ini dipilih karena pada perusahaan atau perkantoran masih banyak yang berlangganan surat kabar sehingga mampu menyaring audiens pada lingkup perkantoran dan memiliki potensi untuk bekerja sama dalam sebuah *event* yang diadakan.





Gambar 126. Desain Iklan Surat Kabar  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)



Gambar 127. Desain Iklan Web Surat Kabar  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

*Space* iklan yang digunakan menggunakan dua pengaplikasian media, yaitu cetak dan *digital*. Untuk iklan cetak menggunakan iklan *display* FC dengan ukuran 2 kolom x 200 mmk (73 mm x 200 mm), dan untuk iklan *digital web* dan *mobile* menggunakan *first slider (Headline News ads)* pada *hompag* dengan spesifikasi *file* iklan JPG ukuran 750 X 450 *pixel*. Desain pada surat kabar ini menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada desain *cover*, mulai dari desain

*lettering* Surakarya, ornamen, warna, dan juga penambahan *headline*, sinopsis dan pencantuman kontak person.

## 2. *Billboard*

Pemilihan media promosi selanjutnya dalam mempromosikan buku komunitas *lettering* Surakarya ini menggunakan *Billboard*. Pemilihan tempat *Billboard* yang akan di *display* nantinya akan ditempatkan di *Billboard* berkode SKABBFL005 Jl. Brigjend Slamet Riyadi No. 105, Keprabon, Banjarsari, Kota Surakarta, dimana tempat ini menjadi salah satu titik pusat kota Solo yang sering terdapat aktivitas masyarakat berskala tinggi.



Gambar 128. Desain *Billboard*  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Desain promosi *Billboard* menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada desain *cover*, mulai dari desain *lettering* Surakarya, ornamen, warna, dan juga penambahan *headline*, sinopsis dan pencantuman kontak person. Spesifikasi pada *billboard* ini berorientasi horisontal dengan ukuran yang digunakan berukuran 5 x 10 meter.

### 3. Poster

Poster ini akan ditempatkan di *cafe* yang ada di kota Surakarta, mengingat di Surakarta terdapat *cafe* yang cukup banyak, dan *cafe* merupakan salah satu tempat yang sebagian besar didominasi oleh kaum milenial atau anak-anak muda dan sering menjadi rujukan bagi komunitas Surakarya untuk berkumpul dan mengadakan *Pen Meet Up* ataupun *event* lainnya.



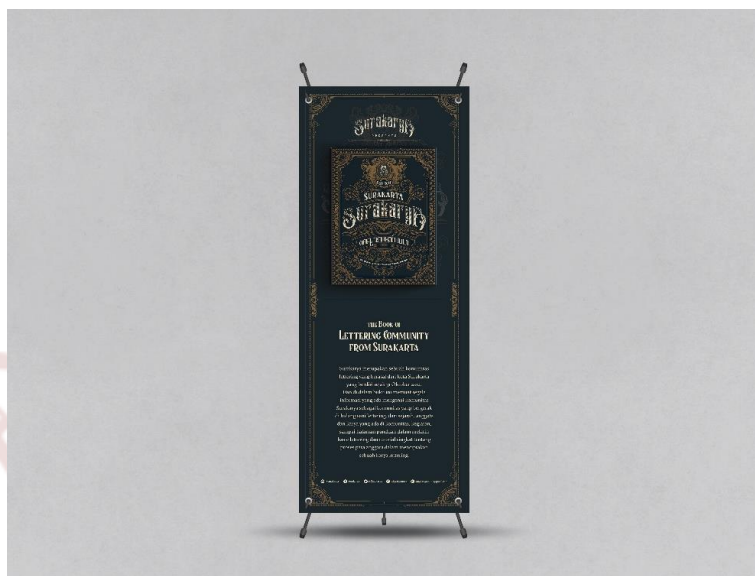
Gambar 129. Desain Promosi Poster Buku Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Desain Poster menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada desain *cover*, mulai dari desain *lettering* Surakarya, ornamen, warna, dan juga penambahan *headline*, sinopsis dan pencantuman kontak person. Spesifikasi pada Poster ini berorientasi vertikal dengan ukuran yang digunakan berukuran A3 atau 29,7 cm x 42 cm.

### 4. X-Banner

*X-banner* ini akan ditempatkan pada setiap *event* yang diadakan atau diikuti oleh komunitas Surakarya agar target *audience* dapat lebih mengetahui informasi produk yang ditawarkan, karena muatan informasi pada *x-banner* lebih padat.





Gambar 130. Desain X-Banner Buku Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Desain promosi x-banner menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada desain *cover*, mulai dari desain *lettering* Surakarya, ornamen, warna, dan juga penambahan *headline*, sinopsis dan pencantuman kontak person. Spesifikasi pada x-banner ini berorientasi vertikal dengan ukuran yang digunakan berukuran 60 cm x 160 cm.

## 5. *Stationary*

*Stationary* digunakan sebagai salah satu strategi promosi secara langsung dan tidak langsung. Melalui berbagai macam media dari *stationary* yang dibuat dan disebar kepada *audience*, akan mempermudah bagi *audience* untuk mendapatkan informasi tentang produk maupun komunitas secara lebih lanjut. *Stationary* ini berisi media yang digunakan dalam kegiatan promosi secara acak dan cepat seperti kartu nama, serta media yang mempermudah dan menjadi bukti dalam setiap transaksi dan berbagai macam perizinan seperti nota, kop surat, amplop, dan stempel. Berikut ini merupakan penjabarannya.

### a. Kartu Nama

Kartu nama digunakan sebagai salah satu strategi promosi yang digunakan dalam situasi acak dan cepat untuk menyasar target *audience* yang lalu lalang di dalam sebuah *event* tertentu. Media ini juga baik digunakan sebagai pengenalan melalui elemen visual dan informasi seperti nama dan kontak person yang bisa dihubungi. Melalui kartu nama ini, *audience* akan mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai komunitas Surakarya dan produk yang dijual.



Gambar 131. Desain Kartu Nama Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Desain kartu nama ini menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada desain *cover*, mulai dari desain *lettering* Surakarya, ornamen, warna, dan juga penambahan *headline*, sinopsis dan pencantuman kontak person. Spesifikasi pada kartu nama ini berorientasi horizontal dengan ukuran yang digunakan berukuran 9 cm x 5,5 cm, serta menggunakan media bahan art carton.



## b. Kop surat dan Amplop

Kop surat dan amplop ini menggunakan desain lettering dan desain inisial S pada nama Surakarya. Selain itu, elemen yang ada pada *cover* seperti desain *lettering* Surakarya, warna dan pencantuman kotak person juga digunakan pada kop surat dan amplop sebagai identitas visual pada kop surat dan amplop.



Gambar 132. Desain Kop Surat dan Amplop Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada kop surat dan amplop ini berorientasi vertikal dengan ukuran yang digunakan berukuran A4 atau 21 cm x 29,7 cm serta menggunakan media kertas berbahan HVS.

## c. Nota

Nota didesain dengan simpel dan fungsional. Nota ini menggunakan beberapa elemen yang ada pada *cover* seperti desain *lettering* Surakarya, warna dan pencantuman kotak person.



Gambar 133. Desain Nota Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada nota ini berorientasi vertikal dengan ukuran yang digunakan berukuran 9 cm x 11 cm serta menggunakan media berbahan HVS dan art carton.

#### d. Stempel

Stempel ini menggunakan desain *lettering* Surakarya yang dibuat horizontal berjenis stempel *flash*. Tinta yang akan digunakan adalah hijau gelap.

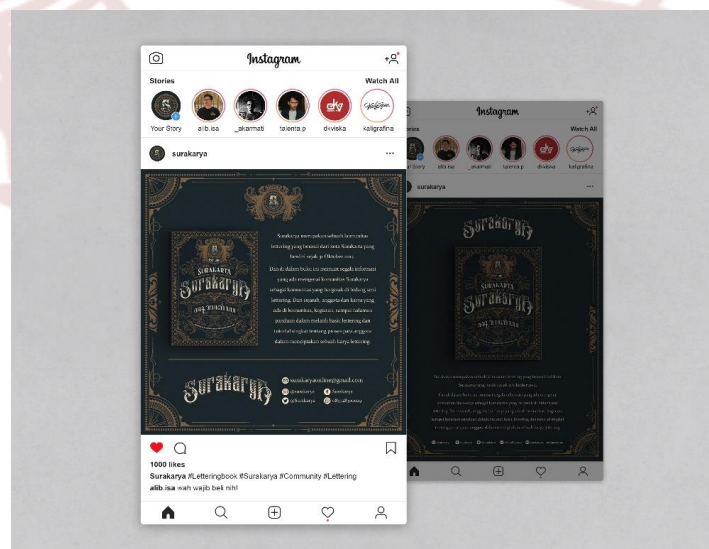


Gambar 134. Desain Stempel Komunits Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada stempel Surakarya ini diaplikasikan dengan menggunakan media berbahan plastik dengan ukuran 5 cm x 2 cm.

## 6. Sosial Media

Desain sosial media Surakarya sangat penting guna untuk mempermudah audience yang ingin mendapatkan informasi secara cepat, mudah, *update* dan audience yang tidak sempat untuk bertemu secara langsung dengan komunitas dan memiliki jarak yang jauh untuk dijangkau. Format desain sosial media ini akan menggunakan Instagram sebagai acuan desain. Media Instagram ini juga digunakan karena menjadi salah satu sosial media yang menduduki peringkat atas dan digandrungi oleh banyak orang, serta sebagai salah satu strategi promosi untuk menysasar target audience yang berada di dunia maya secara lebih luas. Strategi postingnya selain menggunakan akun *official* Surakarya, juga bekerjasama dengan akun Instagram dari para anggota komunitas, dan akun dari Belmen ID dan Kaligrafina sebagai pengurus komunitas pusat.



Gambar 135. Desain Sosial Media Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Pada desain sosial media ini khususnya dalam strategi mempromosikan produk buku, menonjolkan produk buku dengan menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada desain *cover*, mulai dari desain *lettering* Surakarya, ornamen, warna, dan juga penambahan *headline*, sinopsis dan pencantuman kontak person. Spesifikasi pada desain sosial media ini menggunakan beberapa format ukuran sesuai kebutuhan pada fitur Instagram, seperti *Instastory*, *portrait post*, dan *square post* Instagram dengan ukuran yang digunakan yaitu, *Instastory* berukuran 1080 px x 1920 px, *portrait post* Instagram 1080 px x 1350 px, dan *square post* Instagram 1080 px x 1080 px.

## 7. *Merchandise*

Desain merchandise ini terbagi atas sebelas aplikasi desain produk seperti kaos, stiker, gantungan kunci, *art print*, *rollcase*, *totebag*, *mini artbook*, *patch*, pin, *sketchbook*, dan pemas buku. Desain ini nantinya akan digunakan oleh pihak internal dan eksternal.

### a. **Kaos**

Kaos cenderung lebih variatif dengan beberapa aplikasi desain *lettering* saja ataupun gabungan antara desain *lettering* dan elemen grafis lainnya seperti ornamen. Warna yang digunakan menggunakan warna hijau gelap seperti pada elemen warna dominan yang terdapat pada desain cover buku Surakarya. Pada variasi kaos pertama, desain *lettering* diaplikasikan pada bagian depan dan desain inisial S di belakang sisi atas kaos, dan pada variasi ke dua, desain inisial S berada pada bagian dada kiri dan desain *lettering* dari *cover* diaplikasikan pada bagian belakang kaos. Kaos ini bisa

digunakan oleh komunitas maupun dijual kepada pengunjung.



Gambar 136. Desain Kaos Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada kaos Surakarya ini diaplikasikan dengan menggunakan media berbahan katun dengan ukuran S, M, L, XL dan di transfer ke media kain dengan menggunakan teknik sablon.

#### **b. Stiker**

Stiker di desain dan di produksi untuk komunitas maupun dapat dibeli oleh pengunjung. Stiker ini terdapat lima variasi desain pada tahap pemasaran dan memuat aplikasi elemen-elemen pada *cover* seperti desain *lettering* nama Surakarya, warna dan ornamen. Eksekusi pada stiker ini pun bervariasi, dari stiker yang di desain secara vertikal, horisontal, dan *cutting*. hal ini ditujukan agar menjangkau variasi selera pengunjung yang datang.



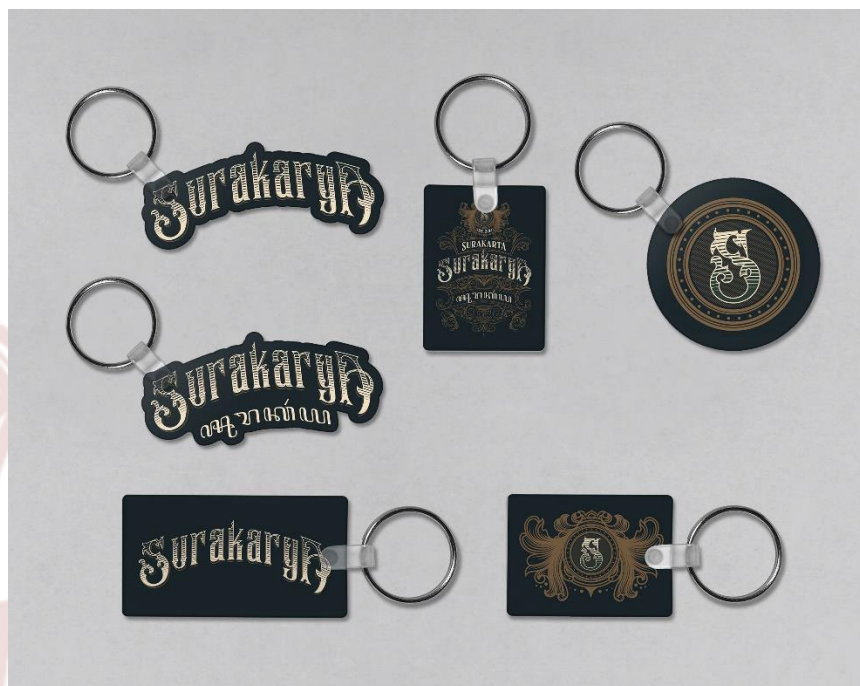


Gambar 137. Desain Stiker Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada stiker Surakarya ini diaplikasikan dengan teknik *digital print* menggunakan media berbahan kertas stiker dengan *finishing* laminasi *glossy* dengan ukuran stiker 6 cm x 8 cm.

### c. Gantungan Kunci

Gantungan kunci di desain sebagai merchandise yang bisa dibeli dan dibawa pulang oleh pengunjung yang bisa diaplikasikan ke berbagai barang pribadi seperti kunci dan tas. Desain gantungan kunci ini mengambil dari beberapa elemen desain cover buku Surakarya seperti desain *lettering* Surakarya, desain inisial S Surakarya dan warna. Hal tersebut dipilih agar buku dengan *merchandise* memiliki keselarasan. Format eksekusi desainnya pun bervariasi, dari horisontal, vertikal, lingkaran, dan cutting. Hal ini ditujukan agar menjangkau variasi selera pengunjung yang datang.



Gambar 138. Desain Gantungan Kunci Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada gantungan kunci Surakarya ini diaplikasikan dengan teknik *digital print* menggunakan media berbahan mika dengan ukuran panjang 7 cm.

#### d. *Art Print*

*Art Print* ini di desain dengan mengambil desain pada *cover* buku Surakarya. Selain itu juga *art print* ini menggunakan beberapa desain *lettering* karya dari para anggota komunitas sebagai variasi pilihan untuk pengunjung yang ingin memiliki karya dari anggota komunitas dalam bentuk fisik *art print*. *Art print* ini ditujukan sebagai pajangan atau hiasan pada ruang pribadi seperti kamar atau ruang lainnya.



Gambar 139. Desain *Art Print* Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada *art print* ini berorientasi vertikal dan horisontal dan diaplikasikan dengan teknik *digital print* menggunakan media berbahan *art carton* dengan *finishing* laminasi *glossy* dengan ukuran A5 atau 14,8 cm x 21 cm, A4 atau 21 cm x 29,7 cm dan A3 atau 29,7 cm x 42 cm.

e. ***Roll Case***

*Roll case* ini di desain dengan pola yang dibuat agar mampu menampung dan menjadi wadah alat tulis yang berkapasitas banyak. Dengan menggunakan kain *canvas*, akan memudahkan pengguna dalam membawa alat tulis dengan di *roll* atau digulung untuk menghemat ruang dan mudah dibawa. *Roll case* ini hanya menggunakan aplikasi dari desain *lettering* Surakarya yang diaplikasikan pada label.





Gambar 140. Roll Case Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada *roll case* ini berorientasi horisontal dan diaplikasikan dengan teknik jahit yang dirancang dari pola yang telah dibuat. Menggunakan media berbahan *canvas* dengan warna hitam untuk menghindari warna bekas hitam atau warna lain pada alat tulis dengan ukuran 34 cm x 17 cm.

**f. Totebag**

*Totebag* lebih variatif dengan beberapa aplikasi warna kain dan aplikasi desain *lettering* Surakarya. Pilihan warnanya menggunakan warna hijau gelap dan warna putih. Desain *lettering* diaplikasikan pada bagian salah satu sisi dan berada di tengah. *Totebag* ini bisa digunakan oleh internal maupun dijual kepada pengunjung.



Gambar 141. Totebag Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada totebag ini diaplikasikan dengan teknik jahit yang dirancang dari standar pola totebag yang telah dibuat. Menggunakan media kain berbahan canvas dengan ukuran tinggi 32 cm dan lebar 37 cm.

**g. *Mini Artbook***

Pengaplikasian pada *mini artbook* ini difungsikan sebagai media untuk mengumpulkan karya-karya *lettering* yang dibuat oleh para anggota komunitas Surakarya dalam bentuk fisik. Secara eksternal ditujukan bagi pengunjung yang ingin melihat kumpulan karya dari para anggota komunitas.





Gambar 142. Desain *Mini Artbook* Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada *mini artbook* ini berorientasi horisontal dan diaplikasikan dengan teknik *digital print* menggunakan media berbahan *art carton* pada *cover* dengan *finishing* laminasi *glossy* dan HVS pada bagian dalam dengan ukuran 18 cm x 14,8 cm.

#### **h. Patch**

*Patch* di desain sebagai salah satu *merchandise* komunitas Surakarya dan dapat dijual pada saat diadakan *event-event* tertentu. *Patch* ini menggunakan elemen yang ada pada desain *cover* buku Surakarya, dari desain *lettering* Surakarya, desain inisial S pada nama komunitas dan warna yang kemudian dibuat menjadi dua variasi desain *patch*. Adapun penggabungan warnanya yaitu putih, hijau gelap, dan coklat keemasan.



Gambar 143. Desain *Patch* Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada kaos Surakarya ini diaplikasikan dengan menggunakan media berbahan kain yang dibordir dengan ukuran 10 cm x 7 cm dan 8 cm x 8 cm dan dapat diaplikasikan ke media *fashion*, seperti kaos, tas, topi, dan media lainnya.

#### i. Pin

*Merchandise* pin diaplikasikan dengan elemen-elemen yang ada pada *cover* buku komunitas Surakarya, dari desain *lettering* surakarya, inisial S pada nama Surakara dan warna yang dibuat dengan dua variasi ukuran.



Gambar 144. Desain Pin Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada pin ini diaplikasikan dengan menggunakan media pin berbahan plastik dengan ukuran diameter 5,5 cm dan dapat diaplikasikan ke media *fashion*, seperti tas, jaket, dan topi.

**j. *Sketchbook***

Pengaplikasian *sketchbook* ini ditujukan sebagai media yang digunakan untuk menjadi media berlatih menggambar dan khususnya melatih *lettering* dan kaligrafi. *Cover* pada *sketchbook* ini diaplikasikan dengan elemen-elemen yang ada pada *cover* buku komunitas Surakarya, dari desain *lettering* surakarya, ornamen dan warna.



Gambar 145. Desain *Sketchbook* Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada *sketchbook* ini berorientasi vertikal dan diaplikasikan dengan teknik *digital print* menggunakan media berbahan *art carton* pada *cover* dengan *finishing* laminasi *glossy*, dan pada bagian dalam menggunakan jenis kertas manila polos, dot, *grid square*, *grid miring*, dan kertas manila hitam dengan ukuran 13 cm x 18 cm.

### k. Pembatas Buku

Pembatas buku didesain dengan mengaplikasikan elemen-elemen desain yang ada pada *cover* buku Surakarya, dari desain *lettering* Surakarya, ornamen, warna, dan pencantuman sinopsis buku.



Gambar 146. Desain Pembatas Buku Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

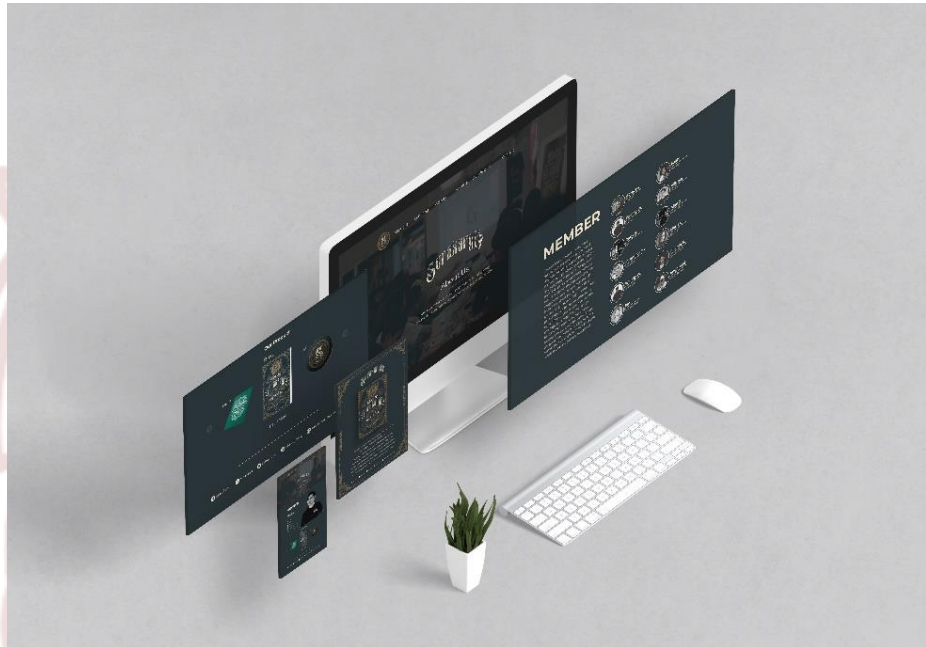
Spesifikasi pada pembatas buku ini berorientasi vertikal dan diaplikasikan dengan teknik *digital print* menggunakan media berbahan *art carton* dengan *finishing* laminasi *glossy* dengan ukuran 4 cm x 10 cm.

### 8. Website

Desain *website* Surakarya dirancang guna mempermudah pengunjung untuk mendapatkan informasi tentang komunitas Surakarya. Pada desain *website* ini konsep visual yang digunakan menggunakan konsep visual dari *cover* buku komunitas Surakarya dengan menggunakan elemen-elemen yang ada di dalamnya, seperti desain *lettering* Surakarya dan warna. *Website* ini akan



menampilkan informasi mengenai komunitas ditambah dengan fitur belanja pada *website* termasuk buku komunitas Surakarya.



Gambar 147. Desain *Website* Komunitas Surakarya  
(Sumber: Ajun Jefriyanto, 2020)

Spesifikasi pada desain *website* ini menggunakan ukuran 1920 px x 1080 px.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Surakarya merupakan sebuah komunitas seni *lettering* yang ada di kota Surakarta dan berdiri sejak 31 Oktober 2014 dengan memiliki jumlah anggota 50 orang. Beragam kegiatan telah dilakukan oleh komunitas Surakarya guna meningkatkan *skill* dan menjadi media dalam menyalurkan ilmu *lettering*, dan juga sebagai komunitas akan mempererat hubungan antar anggota. Selain itu, anggota yang tergabung di dalam komunitas Surakarya menghasilkan berbagai macam karya *lettering* dan kaligrafi, bahkan beberapa anggota melalui proses pembelajaran dan latihan yang panjang, telah menemukan gaya *lettering* mereka sendiri dan menjadi ciri khas dari karya mereka.

Perancangan buku *lettering* komunitas Surakarya ini bertujuan untuk mengenalkan komunitas Surakarya dan seni *lettering* melalui perancangan buku yang telah dikemas. Perancangan buku ini dirancang melalui metode pengumpulan data primer, sekunder, metode analisa data SWOT dan analisis 5W1H. dilanjutkan dengan metode perancangan desain dan media promosi. Unsur perancangan desain *lettering* yang diaplikasikan pada perancangan buku ini menjadi salah satu media yang diharapkan mampu menjadi media edukasi yang menarik, memberikan informasi tentang komunitas *lettering* Surakarya dan ilmu seni *lettering* di dalamnya bagi masyarakat umum, terkhusus generasi muda dan pecinta seni *lettering* sebagai target *audience*.

Pesan verbal pada buku dan media promosi dirancang dengan bahasa

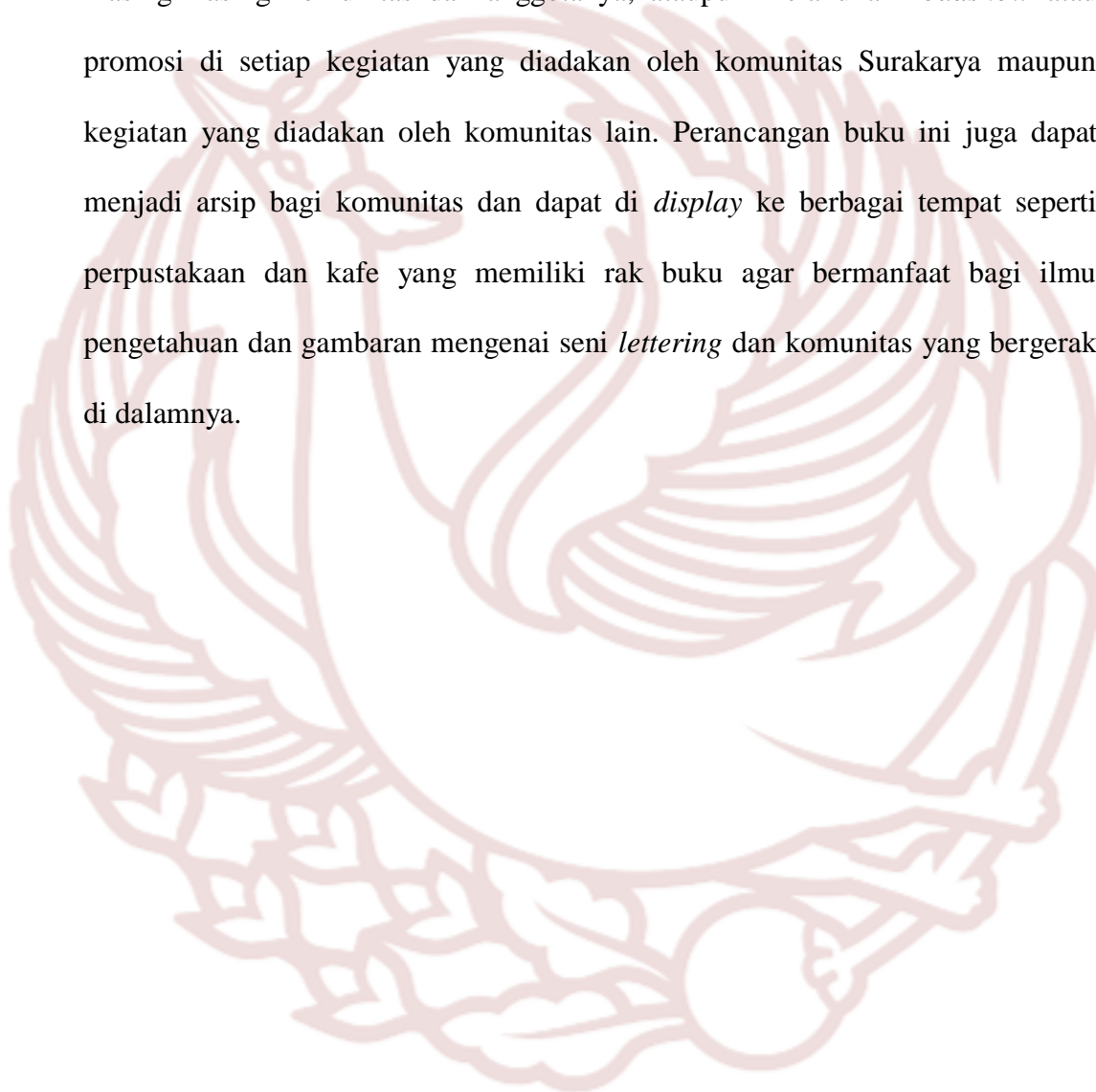
*bilingual*, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris agar dapat diterima secara lokal dan global. Pembaca pada buku yang dirancang akan disajikan tentang komunitas Surakarya dan ilmu *lettering* yang meliputi sejarah singkat dan perkembangan seni *lettering* di Indonesia sampai terbentuknya komunitas Surakarya, lalu berbagai macam kegiatan dan anggota Surakarya yang tergabung di dalamnya, karya-karya yang telah diciptakan, lalu menampilkan proses dalam berkarya para anggota yang telah *expert* di *lettering*, serta menyuguhkan *guide sheets* sebagai bahan acuan dan latihan bagi para pembaca dalam berlatih dan belajar *basic lettering* dan kaligrafi. Dan pada perancangan buku ini, dibuat pula *merchandise* yang meliputi kaos, stiker, gantungan kunci, *art print*, *rollcase*, *totebag*, *mini artbook*, *patch*, *pin*, *sketchbook* dan pembatas buku. Selain itu, komunitas Surakarya ini juga dirancang *stationary kit* guna menunjang kebutuhan administrasi komunitas disetiap kegiatan ataupun *event* yang dilakukan. Pada perancangan buku ini pun dibuat strategi promosi sebagai media pendukung, baik itu *offline* maupun *online* seperti Surat kabar, *Billboard*, Poster, *X-banner*, Sosial media berupa *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Website*. Media promosi tersebut merupakan langkah awal untuk mempromosikan buku komunitas *lettering* Surakarya kepada masyarakat luas, terutama para generasi muda dan pecinta seni *lettering*, dan media promosi ini bisa dikembangkan dengan media promosi lain di kemudian hari. Serta dengan dirancangnya buku ini juga akan disiapkan alternatif media buku berwujud *digital* guna menembus pasar yang lebih luas dan mudah di era *digital* sekarang yang memiliki masalah kelesuan di dalam dunia percetakan.

## B. Saran

Buku komunitas Surakarya ini telah dirancang dan dikemas secara menarik dan kaya akan informasi mengenai komunitas Surakarya dan ilmu *lettering* di dalamnya, sehingga melalui media buku ini diharapkan tidak hanya menjadi media untuk menampilkan informasi mengenai komunitas Surakarya dan memberikan informasi dan pembelajaran mengenai *lettering* saja, namun juga akan menjangkau dan meningkatkan daya ketertarikan bagi pembaca untuk menumbuhkan minat dalam mengetahui, menggali, dan belajar seni *lettering*, serta ikut bergabung dalam komunitas Surakarya sebagai komunitas *lettering* di dalamnya. Informasi dan rancangan visual dalam buku ini telah dikemas dan disajikan secara detail, menarik dan informatif, akan tetapi tidak semua akan tervisualkan karena sifat dari komunitas yang terus aktif dan berjalan, sehingga buku ini sebatas menampilkan informasi komunitas dan seni *lettering* pada saat buku ini dirancang. Dalam perancangan yang telah dibuat, ada beberapa yang belum dirancang seperti logo komunitas, video *teaser*, dan lain sebagainya yang dapat menjadi identitas dari komunitas Surakarya. Maka menjadi catatan dalam perancangan atau penciptaan selanjutnya sehingga menyempurnakan perancangan yang sudah dilakukan sebelumnya.

Saran juga disampaikan kepada komunitas Surakarya untuk terus terbuka, aktif mengadakan kegiatan dan terus men-*sharing* segala ilmu *lettering* kepada khalayak umum yang tertarik untuk menggali dan belajar seni *lettering*. Dalam usaha mempromosikan buku komunitas Surakarya tentunya tidak cukup secara individu saja, tetapi membutuhkan kerjasama dari pengurus komunitas pusat seperti

BelmenID dan Kaligrafina, serta anggota komunitas Surakarya yang terlibat di dalamnya dan seluruh komunitas yang tersebar di Indonesia. Seperti menshare produk buku dari desain promosi yang telah dirancang melalui sosial media dari masing-masing komunitas dan anggotanya, ataupun melakukan *roadshow* atau promosi di setiap kegiatan yang diadakan oleh komunitas Surakarya maupun kegiatan yang diadakan oleh komunitas lain. Perancangan buku ini juga dapat menjadi arsip bagi komunitas dan dapat di *display* ke berbagai tempat seperti perpustakaan dan kafe yang memiliki rak buku agar bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan gambaran mengenai seni *lettering* dan komunitas yang bergerak di dalamnya.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan. 2006. *Konstruksi Dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andry, Septian. 2016. "Mengenal Kota Solo Budaya Bikin Kangen Semua Orang." 2016. <http://asedino.wordpress.com/mengenal-kota-solo-kota-budaya-bikin-kangen-semua-orang/>.
- Angelia, Marcherita, and Yusita Kusumarini. 2015. "Identifikasi Gaya Desain Vintage Dalam Konteks Ruang." *Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra, Surabaya* 13.
- Ashwin, Clive. 1978. "Graphic Imagery 1837–1901: A Victorian Revolution." *Art History* 1 (3): 360–70.
- Elyarni, Reca. 2016. "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express Pada PT. SAP." *Jurnal Metris* 17: 81–88.
- Flor, Martina. 2017. *The Golden Secrets of Lettering*. London.
- Hidayat, Anwar. 2017. "Perancangan Buku Panduan Teknik Brush Calligraphy Script (Jurnal)." Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- KBBI. 2008. "Kamus Bahasa Indonesia." *Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*, 1826.
- Khoirotnun, Anis Nisa. 2015. "Pentingnya Melestarikan Budaya Indonesia." 2015. <http://ul102.ilearning.me/2015/05/30/pentingnya-melestarikan-budaya-indonesia-5/>.
- Kusumastuti. 2016. *Proses Dan Bentuk "Mewujudnya" Kota Solo Berdasarkan Teori City Shaped Spiro Kostof*. Surakarta.
- Lexy J. Moleong. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Lies, Sudibyo. 2013. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Yogyakarta.
- Maulin, Niam, and D N. 2018. "Sejarah Dan Problematika Industri Buku Di Indonesia." 2018. [http://www.academia.edu/7906309/Sejarah\\_dan\\_Problematika\\_Industri\\_Buku\\_di\\_Indonesia](http://www.academia.edu/7906309/Sejarah_dan_Problematika_Industri_Buku_di_Indonesia).
- Moh Nazir. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nababan, Martin. 2018. "Investigasi Melalui 5W1H." 2018. <https://mgt-logistik.com/5w1h-adalah/#comments>.
- Putri, Yuni Lovita. 2015. "MEDIA BARU & CITY BRANDING (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi City Branding Kota Surakarta Melalui Aplikasi Solo Destination Berbasis Android Tahun 2015)." Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sarwono, Jonathan, and Lubis Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Suryatama, Erwin. 2014. *Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis*. Surabaya.
- Sutanto, Arwan. 2016. "IDSN Magz #2: All About Lettering." 21 November. 2016. <https://idesainesia.com/idsn-magz-2-all-about-lettering>.
- Sutrisno Hadi. 1981. *Bimbingan Menulis Skripsi Thesis Jilid 1*. Indonesian.
- Sy, Abbey. 2016. *The ABCs of Hand Lettering*. Depok.
- Tejo, Lia Monica, and Mariana Wibowo. 2014. "Studi Gaya Vintage Pada Interior

Cafe” 2.

Wagiono, Sunarto. 2013. “Gaya Desain Tinjauan Sejarah.” *Jakarta: Pascasarjana IKJ*.

Wikipedia. n.d. “Dust Jacket.” Wikipedia. Accessed March 9, 2020. [https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Dust\\_jacket&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp](https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Dust_jacket&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp).

